

# **Mestrado em Marketing**

**Marketing de serviços em Instituições de Ensino**

**Relatório de Estágio**

**Ana Isabel Reia Branco**

**Orientador**  
**Prof. Doutor Miguel Varela**

**Orientadora de estágio na ULHT/DRIE/SRI**  
**Elisabete Lourenço**

**Lisboa**

**2013**

---

“O futuro não está à nossa frente. Ele já aconteceu.”  
(Kotler, 2000, pg.23)

# Índice

Agradecimentos

Resumo/ abstract

1.Introdução .....	1
1.1. Enquadramento Geral. ....	1
1.2. Descrição do Objetivo do relatório.....	1
1.3. Organização do relatório.....	2
2.Universidades .....	4
1.1 Início do ensino superior em Portugal.....	4
1.2 Ensino superior nos dias de hoje.....	5
3.Desenvolvimento teórico-prático: Marketing de serviços em instituições de ensino superior .....	8
4.Apresentação da empresa ULHT.....	19
5. Atividades desenvolvidas durante o período de estágio.....	37
Conclusão .....	44
Bibliografia/ .....	45
Webgrafia.....	46
Anexos.....	47

## **Índice de Figuras**

FIGURA 1 - PRINCIPAIS FATORES PARA COMPOSIÇÃO DE UM PRODUTO EDUCACIONAL

FIGURA 2 - ETAPAS DO PROCESSO DE DECISÃO PARA LOCALIZAÇÃO

FIGURA 3 - COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING

FUGURA 4 - PÚBLICOS DAS UNIVERSIDADES

## **Agradecimentos**

Ao longo da realização deste trabalho, foram várias as pessoas que, de alguma maneira, me ajudaram e às quais desejo apresentar os meus agradecimentos.

Agradeço, em primeiro lugar aos meus pais, que sem os quais seria impossível a realização da licenciatura e mestrado, pela sua ajuda a nível financeira e motivacional.

Agradeço, em segundo lugar, ao Professor Doutor Miguel Varela, meu orientador, por me orientar ao longo deste trabalho.

Agradeço às minhas orientadoras de estágio, Dr. Elisabete Lourenço, Dr. Carmen Pereira e Dr. Ana Basso, por me orientarem no estágio, pelo apoio e por me ensinar as tarefas a desempenhar.

E, por fim, igualmente importante, agradeço aos meus amigos que me apoiaram, motivaram e ajudaram ao longo do mestrado.

## **Resumo**

Este trabalho, é um relatório de estágio em secretariado, apoio administrativo, realizado na ULHT – Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, no decorrer do Mestrado em Marketing no ISG – Instituto superior de Gestão.

A primeira parte do trabalho, é apresentada a ULHT, os serviços prestados pela instituição.

Na segunda parte, são apresentadas as tarefas executadas no estágio, atendimento telefónico, organização de dossiês, fotocópias, scanner, redação de textos informativos, entre outras.

Na terceira parte, é a parte teórica, onde é referido a importância do marketing em instituições de ensino. Apresentação geral do conceito de Marketing, a sua evolução, os serviços de Marketing como apoio aos serviços oferecidos pelas instituições de ensino.

Palavras-chave: marketing, Instituições de Ensino Superior, serviços, comunicação.

## **Abstract**

This paper is a report of the secretariat on stage, performed in ULHT - Lusófona University of Humanities and Technologies, during the Masters in Marketing at ISG - Higher Institute of Management.

The first part of the work is presented ULHT, the services provided by the institution.

The second part presents the tasks performed on stage, telephone answering, organizing files, photocopying, scanning, writing informational texts, among others.

The third part is the theoretical part, where it is referred to the importance of marketing in educational institutions. Overview of the concept of marketing, its evolution, marketing services as support services offered by educational institutions.

Keywords: marketing, higher education institutions, utilities, communication.

## **Introdução**

### **1.1. Enquadramento Geral**

O marketing é uma área bastante abrangente e importante para as empresas/instituições, incluindo as instituições de ensino superior – marketing educacional ou para instituições de ensino.

O marketing educacional é um dos elementos de marketing vocacionado para o ensino, é a aplicação das estratégias, marketing mix, marketing de serviços e relacional no que concerne ao ensino e todos os seus intervenientes.

Kotler e Fox (1994, p.24), destacam a importância do marketing “Marketing é uma atividade central das instituições modernas, crescendo em sua busca de atender eficazmente alguma área de necessidade humana. Para sobreviver e tornar-se bem-sucedidas, as instituições devem conhecer seus mercados, atrair recursos suficientes, converter esses recursos em programas, serviços e ideias apropriadas e distribuí-los eficazmente aos vários públicos consumidores. Estas tarefas são conduzidas em uma estrutura de ação voluntária por todas as partes interessadas. A instituição moderna está disposta principalmente em oferecer e trocar valores com diferentes participantes para obter sua cooperação, e assim, atingir as metas organizacionais”.

A educação é um serviço com varias características com outras atividades de serviços do sector público e privado. Como tal, existem conhecimentos inerentes ao marketing de serviços que podem ser úteis à educação.

Segundo Kotler (1998:44) “o marketing social define a tarefa da organização como sendo de determinar necessidades, desejos e interesses de participação de mercado e proporcionar a satisfação desejada mais efetiva e eficientemente do que a concorrência, de forma a preservar ou aumentar o bem estar do consumidor e da sociedade.

### **1.2. Descrição do Objetivo do relatório**

O objetivo deste relatório de estágio, é a obtenção do título de Mestre em Marketing, assim como a descrição das tarefas realizadas no estágio e aprendizagem e conhecimentos adquirida do mesmo.

### 1.3. Organização do relatório

Este trabalho está dividido em três partes. A primeira parte apresenta panorama do ensino superior português, onde será representado o início do ensino superior em Portugal, as primeiras universidades, a descrição geral das universidades existentes atualmente em Portugal e número de alunos.

A segunda parte do trabalho apresenta o Marketing de serviços em instituições de ensino superior. Começando por apresentar o conceito de marketing, “Marketing é o conjunto de atividades humanas que têm por objetivo a facilidade e a realização de trocas.” (Kotler, 1976, p.36). De seguida é apresentado a Evolução do marketing e do conceito de marketing - Conceito de produção, Conceito de produto, Conceito de vendas, Conceito de marketing, Conceito de marketing social e Marketing de serviços – explicando cada um dos conceitos.

São descritas e explicadas as Características dos serviços – Intangibilidade, Inseparabilidade, Variabilidade e Perecibilidade (Kotler (1991, p. 541-543.) depois da apresentação das características dos serviços será discriminado o Marketing mix dos serviços, os 7’ps – produto, preço, comunicação, distribuição, processos, pessoas e evidência física.

Após a discriminação do marketing de serviços, as suas características e o mix dos serviços será apresentado o consumidor de serviços. Segundo Giglio (1996, p. 35), “o cliente dá valor aos serviços que recebe conforme suas próprias expectativas, e não conforme as funções evidentes do produto ou serviço.”

Marketing para as organizações educativas será o tema seguinte, explicando a importância do marketing para as instituições de educação, em especial as instituições de ensino superior. Uma instituição orientada para o marketing concentra-se na satisfação das necessidades de seus públicos (Kotler, 1994, p.27), quando não consegue satisfazer as necessidades dos seus públicos a instituição poderá cair no esquecimento.

Depois da explicação da importância do marketing para instituições de ensino superior, será abordado de forma mais específica o Marketing de serviços – A educação como um serviço e os públicos das universidades. A educação é um serviço com várias características com outras atividades de serviços do sector público e privado.



Na terceira parte do trabalho é apresentada a instituição do estágio, ULHT – Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Primeiro será apresentado o Grupo Lusófona - O Grupo Lusófona é uma entidade nacional responsável pela gestão de mais de vinte instituições de ensino superior e não superior em Portugal e noutros países lusófonos e, gere ainda instituições de saúde (clínica São João de Deus, Clínica São José de Camarate, Clínica Médica Nova Era e Clínica do Homem e da Mulher).

Depois da apresentação geral do grupo, será referido a missão e objetivos da instituição, todas as instituições pertencentes ao grupo, os serviços disponibilizados e os parceiros da mesma.

Por ultimo será discriminado e as funções desempenhadas no estágio, apoio administrativo. O estágio decorreu durante três meses, sete horas por dia, de segunda-feira a sexta-feira, na ULHT, na DRIE/SRI – Serviços de Relações Internacionais, o relatório de estágio está dividido por semanas e atividades desempenhadas em cada semana.

# **1.Universidades panorama do ensino português**

## **1.1 Início do ensino superior em Portugal**

A Universidade em Portugal (universidade portuguesa) teve início em 1290, sendo Portugal um dos primeiros países a dispor de uma instituição universitária.

Aquando da primeira república, início do século XX, havia apenas a universidade de Coimbra. Esta no final do século foi alvo de críticas “ Era vista numa dupla situação: como repositório de uma ciência desligada da revolução técnica e cultural que invadira a Europa, e como fábrica de homens políticos que cobiçavam os graus académicos com o mero fim de conquistar situações proeminentes. Quando da Questão Coimbrã, em 1865, o poeta Antero de Quental flagelava com inaudita violência a velha Escola que se mantinha arcaica na preparação que oferecia aos seus alunos.”

Em 1911, surge a Constituição Universitária, com a publicação do decreto-lei de 19 de Abril de 1911, que estabeleceu as bases da nova Constituição Universitária.

Com o início da República e a publicação da Constituição Universitária de 1911, surgem mais duas universidades à já existente, a de Coimbra – universidade do Porto e de Lisboa.

Artigo 2º da Constituição Universitária:

“As Universidades do Estado são três: a antiga Universidade de Coimbra, a nova Universidade de Lisboa e a nova Universidade do Porto”

Entre as décadas de 40 até finais de 60, não houve avanços significativos no ensino superior português. Nos finais dos anos 60, Portugal viu-se obrigado a desenvolver e melhorar o ensino superior, pelo normal desenvolvimento da sociedade, por isso, elaborou em 1959, um trabalho de cooperação com a OCDE de análise do Sistema Educativo, determinado pelo Ministro Leite Pinto, que originou o Projeto Regional Mediterrânico, Evolução da Estrutura Escolar Portuguesa. (Vitor Crespo:25-30; 67)

As outras universidades surgiram na década de setenta, a Universidade Nova de Lisboa, a Universidade do Minho, a Universidade de Aveiro e a Universidade de Évora. Depois do 25 de Abril de 1974 surgiu a Universidade dos Açores, distribuída por três ilhas e três cidades: Ponta Delgada na ilha de São Miguel, Angra do Heroísmo na ilha Terceira e Horta na ilha do Faial.

Em 1976 foi criado o "instituto universitário", só sendo intitulada "Universidade" em 1980. “O mesmo sucedeu com a Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, distribuída por três cidades do interior norte (Vila Real, Chaves e Miranda do Douro) - foi fundada em 1979, mas só convertida em "Universidade" em 1986. Também em 1979 foi fundada Universidade do Algarve, em Faro, no litoral sul. Em 1986 surgiu a Universidade da Beira Interior, situada na Covilhã, cidade de tradições industriais, no centro interior. Finalmente, em 1988 foram estabelecidas a Universidade Aberta, sediada em Lisboa, vocacionada para o ensino à distância, e a Universidade da Madeira, na ilha do mesmo nome.”

No início da década de 1990 havia cerca 150.000 alunos, em 1995-1996 esse número duplicou. “E, utilizando, com mais precisão, os últimos dados estatísticos oficiais, de 1997, pode dizer-se que, para uma população estimada em 1996 de 9.927.400 habitantes, existiam, com referência à matrícula de 1995-1996, 319.525 estudantes no ensino superior, público e privado, ou seja, cerca de 3,2 alunos para 100 habitantes”. Em 1980, as mulheres começam a ultrapassar o número de homens no ensino. Em 1995-1996 no ensino público havia 110.925 mulheres (54,41%) para 92.931 homens, e no ensino privado 69.581 mulheres (60,15 %) para 46.088 homens.

(<http://universidades.universia.pt/universidades-pais/historia-universidades/>)

## 1.2 Ensino superior nos dias de hoje

O ensino superior português desenvolveu-se muito ao longo do tempo, crescendo o número de instituições de ensino e de alunos.

Segundo Gonçalo Alves, o ensino superior em Portugal está estruturado em quatro grandes grupos: ensino universitário público e privado e ensino politécnico público e privado.

Em Portugal existem atualmente cerca de 328 instituições de ensino superior (DGEEC), divididos em ensino superior público e privado, politécnicos públicos e

privados e escolas superiores:

### **Ensino Superior Público (83)**

Universidade dos Açores  
Universidade do Algarve  
Universidade de Aveiro  
Universidade da Beira Interior  
Universidade de Coimbra  
Universidade de Évora  
Universidade de Lisboa  
Universidade Técnica de Lisboa  
Universidade Nova de Lisboa  
Universidade do Minho  
Universidade do Porto  
Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro  
Universidade da Madeira  
Universidade Aberta  
Universidade de Lisboa - Faculdade de Belas-Artes  
Universidade do Porto - Faculdade de Belas-Artes  
Universidade de Lisboa - Faculdade de Medicina Dentária  
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

### **Ensino Superior Privado (59)**

Universidade Autónoma de Lisboa Luís de Camões  
Universidade Católica Portuguesa  
Universidade Lusíada  
Universidade Atlântica  
Universidade Fernando Pessoa  
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias  
Escola Superior Artística do Porto  
Escola Superior de Atividades Imobiliárias  
Escola Superior Gallaecia  
Universidade Lusófona do Porto  
Escola Universitária das Artes de Coimbra  
Escola Universitária Vasco da Gama  
Instituto Superior Bissaya Barreto  
Instituto Superior de Ciências da Saúde Egas Moniz  
Instituto Superior de Ciências da Saúde - Norte  
Instituto Superior D. Afonso III  
Instituto Superior de Comunicação Empresarial  
Instituto Superior de Educação e Trabalho  
Instituto Superior de Gestão  
Instituto Superior de Estudos Interculturais e Transdisciplinares  
Instituto Superior de Línguas e Administração de Lisboa, Bragança, Santarém, Vila Nova de

Gaia e Leiria  
Instituto Superior da Maia  
Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes  
ISPA-Instituto Universitário de Ciências Psicológicas, Sociais e da Vida  
Instituto Superior Miguel Torga  
Instituto Superior de Serviço Social do Porto  
Instituto de Arte, Design e Empresa - Universitário

## **Politécnicos**

Existem 66 Politécnicos privados e 112 Politécnicos públicos

Politécnico de Aveiro, Beja, Braga, Bragança, Castelo Branco, Coimbra, Évora, Faro, Guarda, Leiria, Lisboa, Portalegre, Porto, Santarém, Setúbal, Viana do Castelo, Vila Real, Viseu, Região Autónoma da Madeira e dos Açores.

## **Ensino Superior militar público**

Ensino Superior Público - Militar e Policial Universitário

Academia da Força Aérea - unidade orgânica de ensino politécnico  
Academia Militar - unidade orgânica de ensino politécnico  
Escola Naval - unidade orgânica de ensino politécnico  
Escola do Serviço de Saúde Militar

Ensino Superior Público - Militar e Policial Universitário

Academia da Força Aérea - unidade orgânica de ensino politécnico  
Academia Militar - unidade orgânica de ensino politécnico  
Escola Naval - unidade orgânica de ensino politécnico  
Escola do Serviço de Saúde Militar  
(<http://www.dgeec.mec.pt/np4/38/?form>)

Segundo o Expresso, Portugal tem um rácio de 12 instituições de ensino superior por milhão de habitantes, um valor record.

O sistema de ensino superior em Portugal, tem-se desenvolvido de forma positiva, estando no 22º lugar do melhor do mundo.

“O sistema de ensino superior nacional foi o 22.º melhor do mundo em 2012, tendo subido uma posição em relação ao ranking do ano anterior. Portugal melhora em todos os indicadores avaliados pela lista elaborada pela rede internacional Universitas 21, o único estudo que compara sistemas de ensino em vez de instituições.”(Jornal Publico)

Em 2012, estavam inscritos no ensino superior cerca de 390.273 Indivíduos - 181.515 homens e 208.758 mulheres – a frequentar o ensino superior. (Fontes/Entidades: DGEEC/MEC, PORDATA)

## **2. Marketing de serviços em instituições de ensino superior**

O marketing educacional é um dos componentes de marketing vocacionado para o ensino, é a aplicação das estratégias, marketing mix, marketing de serviços e relacional no que concerne ao ensino e todos os seus intervenientes.

Neste trabalho será referido o conceito de marketing, a sua evolução no tempo e a sua importância nas instituições de ensino. O marketing educacional é a pesquisa de necessidades e desejos do público-alvo das instituições de ensino, que permite a realização de ações que permitam satisfazer essas necessidades e desejos, assim como, realizar ações de comunicação atrativas de divulgação dos serviços oferecidos pelas instituições. O marketing torna-se assim uma ferramenta de apoio às instituições, para melhor satisfazer tanto as necessidades das mesmas como dos seus públicos (internos e externos) e principalmente do seu target.

### **Marketing**

O Marketing é o meio utilizado pelas empresas/instituições para a satisfação das necessidades e desejos do cliente/consumidor, sob a forma de lucro. “Marketing é o conjunto de atividades humanas que têm por objetivo a facilidade e a realização de trocas.” (Kotler, 1976, p.36). O objetivo de todas as empresas/instituições é atrair novos consumidores/clientes, prometendo-lhes valor superior ao dos concorrentes, e manter os clientes atuais, concedendo-lhes satisfação.

“ O marketing é um processo social e de gestão, através do qual os indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e querem através da troca recíproca de produtos e valor entre eles”. O marketing é, hoje, essencial para o sucesso de qualquer organização, seja ela pequena, grande ou global, sendo praticado, de uma forma intensa, em todo o Mundo. (Kotler 2003. p. 26). Como tal o marketing também é fundamental para as instituições de ensino superior.

O conceito e a importância do Marketing são destacados por Kotler e Fox (1994, p.24), “Marketing é uma atividade central das instituições modernas, crescendo em sua busca de atender eficazmente alguma área de necessidade humana. Para sobreviver e tornar-se bem-sucedidas, as instituições devem conhecer seus mercados, atrair recursos suficientes, converter esses recursos em programas, serviços e ideias apropriadas e distribuí-los eficazmente aos vários públicos consumidores. Estas tarefas são conduzidas em uma estrutura de ação voluntária por todas as partes interessadas. A instituição moderna está disposta principalmente em oferecer e trocar valores com diferentes participantes para obter sua cooperação, e assim, atingir as metas organizacionais”.

A aplicação do marketing é extensa e abrange os bens, serviços, eventos, pessoas, experiências, faculdades, informações e ideias. Kotler e Keller (2006, p.07) lugares, propriedades, organizações, universidades, “asseveram que as organizações trabalham sistematicamente para construir uma imagem sólida e positiva na mente de seu público-alvo. Para tanto investem em propaganda de identidade corporativa. Universidades, museus, grupos de teatro e organizações sem fins lucrativos usam o marketing para melhorar sua imagem pública e competir por público e recursos”.

### **Evolução do marketing**

O marketing mais do que uma função de negócio, lida com os clientes. A prática de marketing moderna tem como ponto central criar valor e satisfação para o consumidor. “Marketing é dar satisfação ao cliente de forma lucrativa. A meta do marketing é atrair novos clientes promovendo um valor superior, e manter os clientes atuais dando-lhes satisfação.”(p3)

Os autores definem marketing como “o processo social e gerencial através do qual indivíduos e grupos obtêm aquilo que desejam e de que necessitam, criando e trocando produtos e valores uns com os outros.”(p3)

Os autores referem os conceitos centrais de marketing como um ciclo

Necessidades, desejos e demandas

Produtos

Valor, satisfação e qualidade

Troca, transação e relacionamentos

Mercado

### **Evolução d conceito de marketing**

#### **Conceito de produção**

Tem como base a crença de que os consumidores preferem produtos acessíveis e baratos, desta forma a tarefa da administração centrava-se na melhoria da produção e eficiência da distribuição. Este conceito tinha 2 situações, a 1º é quando a procura excede a produção e neste caso tem de se arranjar maneira de aumentar a produção, a 2ª é quando o custo do produto é demasiado alto e assim tem de se procurar formas de melhorar a produtividade para reduzir os custos. O foco das empresas era a produção, a opinião do consumidor ainda não era valorizada, como Ford dizia que iria “pôr à venda um carro de qualquer cor, desde que fosse preto”.

#### **Conceito de produto**

O foco das empresas passa da produção para o produto. Este conceito defende que os consumidores preferem os produtos de melhor qualidade, de melhor desempenho e inovadores. Então as empresas esforçaram-se para obter o melhor produto do mercado, focando-se nas melhorias do produto e vendendo o seu como o melhor do mercado. Este conceito pode levar à “miopia do mkt”. Novamente as necessidades e desejos dos clientes/consumidores não era relevante.

#### **Conceito de vendas**

Este conceito defende que os consumidores só compram muitos produtos de uma empresa quando esta despende um grande esforço em vendas e promoção. É comum em produtos de baixa procura como enciclopédias e seguros. O objetivos das empresas é vender o que produzem e não o que o mercado deseja. Parte do princípio que o cliente fica satisfeito com o que vendem, concentra-se em transações de venda e não em construir relações duradouras com os clientes. Mais uma vez o foco no cliente não existe, e a satisfação das necessidades dos clientes não é eficaz. Os clientes eram subestimados, vários estudos demonstraram que um clientes insatisfeito não compra de



novo e ainda que “os clientes satisfeitos contam em média a três pessoas sobre as boas experiências, os insatisfeitos contam em média a dez pessoas sobre as más experiências.”

### **Conceito de marketing**

O conceito de marketing defende que para que as metas organizacionais sejam atingidas é preciso determinar as necessidades e desejos do mercado-alvo e “proporcionar a satisfação desejada de forma mais eficiente que os seus concorrentes”. No conceito de marketing o foco da organização é o cliente, pela primeira vez o cliente/consumidor é ouvido e reconhecido.

### **Conceito de marketing social**

Este é o conceito mais recente da administração de marketing. O conceito de marketing social ”sustenta que a organização deve determinar as necessidades, desejos e interesses dos mercados-alvo, e então proporcionar aos clientes um valor superior de forma a manter ou melhorar o bem estar do cliente e da sociedade.”

Existem três considerações subjacentes a este conceito, que ajudam os profissionais de marketing a equilibrar os três fatores que definem a política de marketing:

Empresa (lucros)

Consumidores (satisfação dos desejos)

Sociedade (bem-estar do homem) (p10-11)

### **Marketing de serviços**

Entende-se por *Produto*, qualquer coisa que possa ser oferecida a um mercado para satisfazer uma necessidade ou um desejo. Não se limita a objetos físicos, qualquer coisa capaz de satisfazer uma necessidade/desejo pode ser chamada de produto. A principal diferença de produto e de serviço, é que este é intangível ( não se pode tocar).

Os *Serviços*, são as atividades ou benefícios oferecidos para venda, os quais são essencialmente intangíveis e não resultam na posse de nada. São exemplos de serviços: bancos, hotéis, viagens, experiências, serviços domésticos, companhias aéreas, entre muitos outros (Kotler, 2003, p. 4 e 5).

Segundo Cobra e Flávio Zwarg (1987:3) o marketing de serviços é “uma disciplina que procura estudar os fenômenos e fatos que ocorrem na venda dos serviços.”

“A função interativa do marketing reconhece que cada componente, humano ou não, envolvido na produção de um serviço, cada recurso da produção utilizado e cada estágio da produção do serviço e do processo de entrega devem ser preocupações do marketing, e não serem considerados meramente problemas operacionais e de pessoal”. (Grönroos 1993, p. 180)

"Serviço é qualquer atividade ou benefício que uma parte possa oferecer a outra, que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de qualquer coisa. Sua produção pode estar ou não vinculada a um produto físico" (Kotler 1988, p. 191).

### Características dos serviços

Conforme Kotler (1991, p. 541-543), podem ser agrupadas, em geral, nas seguintes quatro características principais:

- Intangibilidade: “não podem ser vistos, sentidos, provados, ouvidos ou cheirados antes de serem comprados”;
- Inseparabilidade: “são produzidos e consumidos ao mesmo tempo”, combinando o aspecto de produção com o de produto.
- Variabilidade: “são altamente variáveis”, pois, ao depender de quem o realiza, onde e quando, a operação e o resultado serão diferentes a cada execução. Desta forma o cliente intervém nesse aspecto.
- Perecibilidade: “não podem ser estocados”, a produção é ativada pelo cliente no momento da entrega e esta é instantânea.

## **Marketing mix dos serviços**

Nos serviços o marketing mix é ampliado para 7P's, os 4P's tradicionais mais 3P's adicionados aos serviços.

Produto: produto ou serviço oferecido pelas empresas/instituições.

Comunicação: forma de divulgar os produtos/serviços

Distribuição: rede que irá distribuir os produtos para todo o mercado

Preço: definição do preço do produto/serviço a oferecer ao cliente, tendo em conta vários fatores como, mercado, concorrência, target, entre outros

3 P's adicionados aos serviços

Pessoas: todos os colaboradores internos e externos à empresa.

Processo: todos os processos internos e externos necessários para que a empresa funcione eficazmente.

Evidencia física: instalações da empresa, secretárias, mobiliário.

## **O consumidor de serviços**

Segundo Giglio (1996, p. 35), “o cliente dá valor aos serviços que recebe conforme suas próprias expectativas, e não conforme as funções evidentes do produto ou serviço.” Isso significa que o valor de um mesmo serviço pode variar entre clientes, conforme a motivação de compra de cada um, intensidade do desejo de compra, e a previsão que o cliente faz sobre como será realizado o serviço.

A expectativa que um cliente tem a respeito de um serviço pode variar para este mesmo cliente também, em momentos de vida diferentes, em função de estado de espírito e experiências anteriores, entre outros fatores. Afirmando que é preciso fazer os clientes pensarem positivamente e se sentirem bem em relação aos produtos e serviços da organização, Freemantle (2001, p. 116) salienta que “isso depende não somente de experiências totais passadas com o uso dos produtos e transações com a empresa, como também de seus padrões subconscientes de pensamento e sentimento.”

A entrega do serviço é um ponto importante na percepção do consumidor de serviços. Slack (1999, p. 39) compara os consumidores de produtos e serviços, esclarecendo que o primeiro, geralmente não intervém no processo produtivo, avalia a qualidade do produto com base nos próprios bens, enquanto que nos serviços, o consumidor geralmente intervém no processo de produção.

### **Marketing para as organizações educativas**

Uma instituição orientada para o marketing tem como principal objetivo determinar as necessidades e desejos de seus públicos e clientes, para satisfazê-lo através de programas e serviços adaptados e competitivamente exequíveis.

Uma instituição orientada para o marketing concentra-se na satisfação das necessidades de seus públicos (Kotler, 1994, p.27), quando não consegue satisfazer as necessidades dos seus públicos a instituição poderá cair no esquecimento.

Rogers (apud Vigneron, 1994 p.276), afirma que “a estrutura universitária, administração e docência, devem ser totalmente centradas no ‘aluno cliente’. As Instituições que se concentram meramente nos seus programas e falham no entendimento das necessidades dos alunos, sofrem de "miopia de marketing" (visão curta de muitas empresas, que as impede de definir adequadamente as possibilidades de mercado, Theodore Levitt).

### **Novo marketing mix**

Como resultado das principais características dos serviços O novo marketing mix é composto por 7P's, ou seja, acrescenta mais 3P's aos 4P's tradicionais do marketing – produto, preço, distribuição e comunicação/promoção – são acrescentados também as pessoas, os processos e evidencia física.

#### **Aplicação das Ferramentas de Marketing nas Instituições de Ensino**

Autores consagrados de marketing, como Philip Kotler, defendem que o marketing aplicado a instituições de ensino deve considerar os seguintes aspetos:

- Análise do mercado, segmentos de mercado e o meio envolvente;
- Análise dos recursos, determinação dos pontos fortes e fracos próprios e das organizações concorrentes, bem como as ameaças do meio envolvente;

- Análise da missão, o que supõe definir os campos de atividade concretos que se desenvolvem e os clientes para quem se direcionam.

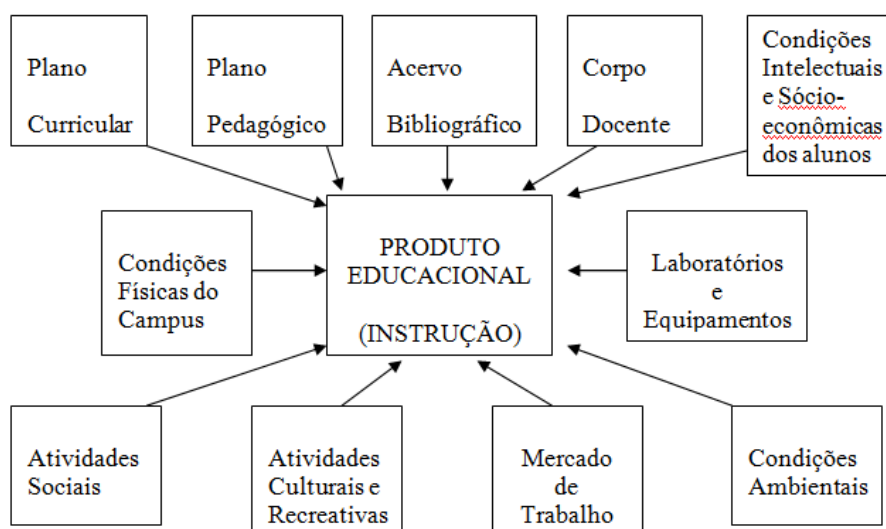
Como todas as instituições, as instituições de ensino devem ter em conta a utilização dos quatro instrumentos básicos do Marketing, produto, preço, distribuição e comunicação.

As instituições educacionais geralmente oferecem produtos múltiplos. Um produto pode ser definido como algo que pode ser oferecido a um mercado para satisfazer uma necessidade. Um produto pode referir-se a objetos físicos, programas, cursos, serviços, pessoas, lugares, organizações e ideias. As Instituições de ensino devem preocupar-se com a adaptação de seus cursos, serviços e ideias ao público e cliente existente, bem como a criação de outros, de acordo com as necessidades emergentes.

Segundo Martins (1986, p.37), existem fatores a ter em conta quando se cria uma estratégia de produto,

- Equilibrar a linha de produtos em termos de quantidade de linhas e número de produtos;
- Adoção de estratégia de crescimento do produto e do mercado;
- Identificar o estágio em que o produto realmente se encontra, respeitando o seu ciclo de vida (lançamento, crescimento, maturidade ou declínio), a fim de se determinar os passos mais eficazes a serem tomados, conforme o estágio de cada curso;
- Aumentar o número de cursos, modificar ou eliminar alguns deles.

FIGURA 1 - PRINCIPAIS FATORES PARA COMPOSIÇÃO DE UM PRODUTO EDUCACIONAL

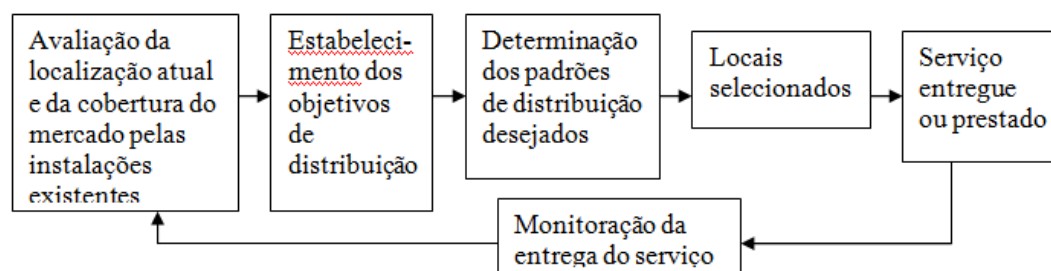


Fonte: Martins (1986, p. 37)

Os preços definidos pelas instituições de ensino dependem da instituição para instituição e dos serviços oferecidos. Quanto à distribuição, as instituições de ensino precisam de tornar os seus programas e serviços disponíveis e acessíveis aos seus mercados-alvo. Uma vez que os serviços educacionais, geralmente, não podem ser movidos, as instituições precisam considerar como torná-los convenientes e práticos em termos de localização e programação. Além disso é necessário colocar à disposição dos seus públicos, meios que lhe permitam aceder de forma rápida e sem esforço à instituição, no sentido de obterem toda a informação dos serviços que ela oferece. Podem ser meios como: bases de dados, linhas de atendimento telefónico, site, páginas da internet, publicações periódicas, "mailling", entre outros.

KOTLER (1994, p.308) apresenta as etapas envolvidas no processo de decisão para a localização de instalações:

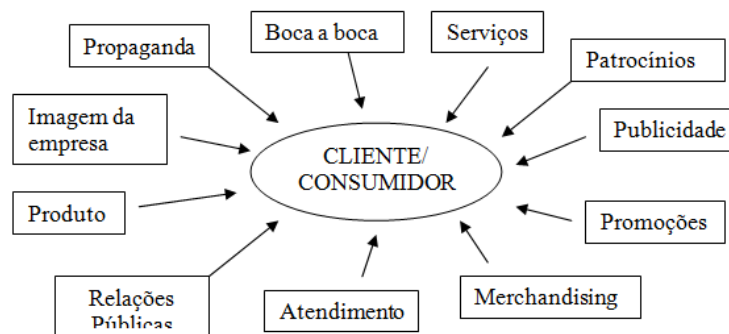
FIGURA 2 – ETAPAS DO PROCESSO DE DECISÃO PARA LOCALIZAÇÃO



Fonte: KOTLER (1994, p.308)

Um programa eficaz de comunicação exige muita experiência profissional e não pode ser deixado ao acaso. Para uma comunicação eficaz é necessário utilizando-se programas, alunos, ex-alunos, *campus* e um programa formal de comunicação. Deve ser feita uma estratégia de comunicação integrada de marketing adaptada às características da instituição e dos segmentos alvo. De acordo com Faria (2002, p.173), a comunicação integrada de marketing parte do conceito de que tudo o que a organização faz, comunica sempre algo a seu respeito.

FIGURA 3 – COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING



Fonte: FARIA (2002, p. 173)

### **Marketing de serviços – A educação como um serviço**

A educação é um serviço com várias características com outras atividades de serviços do sector público e privado. Como tal, existem conhecimentos inerentes ao marketing de serviços que podem ser úteis à educação.

Segundo Kotler (1998:44) “o marketing social define a tarefa da organização como sendo de determinar necessidades, desejos e interesses de participação de mercado e proporcionar a satisfação desejada mais efetiva e eficientemente do que a concorrência, de forma a preservar ou aumentar o bem estar do consumidor e da sociedade.”

Para Kotler & Fox (1994, p. 43) o público “é constituído de um grupo distinto de pessoas e/ou organizações que têm interesse real ou potencial em afetar uma instituição”.

Kotler & Fox apresentam os 16 públicos principais de uma universidade:

FUGURA 4 – PÚBLICOS DAS UNIVERSIDADES



Fonte: Kotler e Fox (1994, p. 43).



### **3. Apresentação do GRUPO LUSÓFONA**

#### **1.1 Apresentação do grupo Lusófona**

A **Universidade Lusófona** existe desde 1991 e foi reconhecida de interesse público em 1998. A universidade dispõe de biblioteca, laboratórios, oficinas, salas de informática, auditórios, anfiteatros, estúdios e salas de desenho.

O **Grupo Lusófona** é uma entidade nacional responsável pela gestão de mais de vinte instituições de ensino superior e não superior em Portugal e noutros países lusófonos e, gere ainda instituições de saúde (clínica São João de Deus, Clínica São José de Camarate, Clínica Médica Nova Era e Clínica do Homem e da Mulher).

O Presidente do Conselho de Administração do **Grupo Lusófona** é Manuel de Almeida Damásio. A sede do grupo está localizada em Lisboa no Campo Grande.

O Grupo Lusófona prossegue os seus objetivos em Portugal através da COFAC - Cooperativa de Formação e Animação Cultural, Crl., da Escola Superior Ribeiro Sanches, S.A., da Real Academia de Portugal SA., da FIDES - Cooperativa de Formação, Desenvolvimento e Solidariedade, Crl., e da SESC – Sociedade de Estudos Superiores de Contabilidade, S.A.

O Grupo Lusófona é o maior grupo de ensino de língua Portuguesa, um projeto ambicioso e inovador com uma visão internacional única, que integra onze instituições de ensino superior em Portugal, seis instituições Universitárias noutros Países de língua Portuguesa, nomeadamente no Brasil e em Moçambique, para além de catorze escolas não superiores em Portugal e no Brasil.

O Grupo Lusófona tem como principal objetivo a promoção da ciência, da cultura e do desenvolvimento económico em todos os Países onde se fala a língua Portuguesa.

Atualmente, o Grupo Lusófona contribui para a formação e educação de mais de 25.000 alunos que connosco estão todos os dias a construir mais e melhor futuro (<http://www.grupolusofona.pt/institucional/quem-somos>).

A COFAC é hoje a maior Instituição de Ensino Superior em Portugal. A Cooperativa é atualmente, a titular dos seguintes Estabelecimentos de Ensino Superior:

**ULHT** - Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias ([www.ulusofona.pt](http://www.ulusofona.pt));

**ULP** - Universidade Lusófona do Porto ([www.ulp.pt](http://www.ulp.pt));

**ESEAG** - Escola Superior de Educação Almeida Garrett ([www.eseag.pt](http://www.eseag.pt));

**ISDOM** - Institutos Superiores D. Dinis ([www.isdom.pt](http://www.isdom.pt));

**ISPO** - Instituto Superior Politécnico do Oeste ([www.ispo.pt](http://www.ispo.pt));

**ISMAT** - Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes ([www.ismat.pt](http://www.ismat.pt));

**ETUR** - Escola de Altos Estudos de Turismo de Óbidos

([www.altosestudosturismo.grupolusofona.pt](http://www.altosestudosturismo.grupolusofona.pt));

No ano de 2011 a COFAC integra três novas instituições de ensino:

**ISLA** - Instituto Superior de Línguas e Administração de Santarém

([www.santarem.unisla.pt](http://www.santarem.unisla.pt));

**ISLA** Gaia ([www.gaia.unisla.pt](http://www.gaia.unisla.pt));

**ISLA** Leiria ([www.leiria.unisla.pt](http://www.leiria.unisla.pt)).

O Grupo Lusófona representa um vasto conjunto de instituições nacionais e internacionais que partilham dos mesmos princípios e orientações estratégicas com cerca de 40.000 alunos (2012), distribuídos pelos diversos graus de ensino.

Em Portugal, o Grupo Lusófona integra a ERISA - Escola Superior de Saúde Ribeiro Sanches ([www.erisa.pt](http://www.erisa.pt)), o ISCAD - Instituto Superior de Ciências da Administração ([www.iscad.pt](http://www.iscad.pt)), o RCP - Real Colégio de Portugal (<http://realcolegio.ulusofona.pt>), Instituição de Ensino com Creche, Jardim de Infância, Pré-escolar e 1º Ciclo do Ensino Básico e a EPAD - Escola Profissional de Artes, Tecnologias e Desporto ([www.epad.pt](http://www.epad.pt)), Ensino Profissional.

Fora de Portugal, o Grupo integra as seguintes Instituições:

**Universidade Politécnica- Maputo, Quelimane e Nampula-** Moçambique

([www.ispu.ac.mz](http://www.ispu.ac.mz));

**Universidade Lusófona de Guiné -Bissau** - Guiné-Bissau

([www.uac.grupolusofona.pt](http://www.uac.grupolusofona.pt));

**Colégio e Faculdade Paraíso** – Rio de Janeiro – Brasil ([www.colegioparaíso.com.br](http://www.colegioparaíso.com.br));

**Colégio e Faculdade Mário Schenberg** – São Paulo – Brasil ([www.fms.edu.br](http://www.fms.edu.br));

**Universidade Lusófona de Cabo Verde** – Mindelo – Cabo Verde

([www.ulcv.grupolusofona.pt](http://www.ulcv.grupolusofona.pt));

**Universidade Lusófona de Angola** – Huambo – Angola.

O Grupo Lusófona integra ainda o **Grupo Ensinus** que desenvolve as suas atividades por intermédio de diferentes unidades de ensino e formação, que se integram nos respetivos subsistemas, nomeadamente **Instituições de Ensino Superior e não Superior, Creche, Jardim de Infância, Pré-escolar, 1.º, 2.º e 3.º Ciclos, Ensino Secundário e Ensino Profissional.**

O Grupo Ensinus integra em Portugal os seguintes estabelecimentos de Ensino Superior: **ISG|Escola de Gestão** ([www.isg.pt](http://www.isg.pt)) e **INP|Escola de Profissões** ([www.inp.pt](http://www.inp.pt)).

Fora de Portugal, o Grupo integra uma Instituição de Ensino **Superior IEG – Instituto de Educação em Gestão** em Maputo, Moçambique.

O Grupo Ensinus possui um conjunto de estabelecimentos nacionais de Ensino Não Superior:

**Externato Álvares Cabral** ([www.externatoalvarescabral.pt](http://www.externatoalvarescabral.pt)), Ensino Básico e Secundário;

**Externato Marquês de Pombal**, Ensino Básico e Secundário;

**Escola de Comércio de Lisboa** ([www.escolacomerciolisboa.pt](http://www.escolacomerciolisboa.pt)), Ensino Profissional;

**Escola de Comércio do Porto** ([www.ecpescolacomercioporto.pt](http://www.ecpescolacomercioporto.pt)), Ensino Profissional;

**Externato Alfragide** ([www.colegioalfragide.grupolusofona.pt](http://www.colegioalfragide.grupolusofona.pt)), instituição de Ensino Pré-Escolar e Básico;

**INAE** - Instituto Nacional de Aprendizagem e Ensino, Ensino Profissional;

**INETE** – Instituto de Educação Técnica ([www.inete.pt](http://www.inete.pt)) Ensino Profissional e

**EPET** – Escola Profissional de Eletrónica e Telecomunicações ([www.eppet.pt](http://www.eppet.pt)), Ensino Profissional.

Logotipo Grupo Lusófona:



Logotipo ULHT – Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias:



**Missão:** contribuir através das suas atividades de ensino e investigação para o desenvolvimento científico, cultural, económico e social de Portugal e de todos os países onde se fala a língua Portuguesa

**Objetivos:** desenvolver atividades de formação, investigação e prestação de serviços nas mais diversas áreas do conhecimento relevantes para a sociedade (<http://www.ulusofona.pt/missao-e-objetivos.html>)

### 3.1 Os serviços



**DRIE – Direção de Relações Internacionais, Estágios, Emprego e Empreendedorismo**

“Com a globalização as questões da Educação e do Emprego levaram a maioria das Instituições de Ensino Superior Europeias e Americanas a modificarem a sua estrutura de cooperação nacional e internacional nas questões da educação e do emprego. Assim, na generalidade dos casos os Gabinetes de Cooperação Internacional, enquanto superestruturas, incrementam, dinamizam e gerem as Programas de intercâmbio e investigação de discentes e docentes englobando, também os Serviços de Criação de Emprego (i.e. Gabinetes de Inserção Profissional, Gabinetes de Estágios, etc.), de Bolsas de Emprego e de Relações com o Mundo Empresarial.”

“A Universidade Lusófona, mais uma vez, apostou nesta posição de vanguarda com a reestruturação dos serviços de relações internacionais e estágios.” O resultado foi a criação da DRIE - Direção de Relações Internacionais, Estágios, Emprego e Empreendedorismo, uma nova Direção os Serviços de Relações Internacionais, Estágios e Criação de Emprego, Projeto Empreendedor, Alojamento e Apoio ao Antigo Aluno, que

funciona na dependência hierárquica e funcional da Administração. Orientados por uma estratégia unificada em termos de oferta, por parte da Universidade, de instrumentos que permitam a ligação entre os alunos, o ensino internacional e o mercado de trabalho tanto nacional como internacional.

#### Objetivos da DRIE

- ⇒ Desenvolver um sistema organizado de estágios nacionais e internacionais que oferece uma maior formação aos Diplomados de todos os Cursos de Licenciatura da ULHT;
- ⇒ Fomentar as ligações entre os alunos da ULHT e o meio empresarial, ajudando, desde os primeiros anos dos Cursos, a desenvolver experiências profissionais decisivas na formação, quer a nível nacional quer internacional, desenvolvendo estratégias de cooperação de modo a criar condições de uma aproximação real dos os alunos da ULHT à realidade empresarial;
- ⇒ Criar suportes de apoio para as empresas que pretendam recrutar alunos das nossas Licenciaturas (facilitando e apoiando as empresas a organizar apresentações, entrevistas e divulgação para os nossos alunos – nas nossas instalações);
- ⇒ Criar e manter canais de contacto entre a Universidade e os antigos alunos (i.e. networking e newsletter);
- ⇒ Desenvolver estratégias de Cooperação Internacional que tem vindo a ser posta em prática desde 1995;
- ⇒ Intensificar a cooperação no âmbito dos projetos de investigação.

#### **SRI - Serviço de Relações Internacionais**

##### **Apresentação**

O Serviço de Relações Internacionais da Universidade Lusófona teve início em 1993 e, desde então tem desenvolvido todas as atividades com vista à promoção da Cooperação Internacional, cujo objetivo principal é de contribuir para a internacionalização do Campus Universitário da ULHT.

### **As funções do SRI:**

- Estabelecimento e manutenção de parcerias com Universidades, Empresas e outras Instituições internacionais, promovendo as atividades de Investigação e de Mobilidade;
- Promoção junto de estudantes, docentes e colaboradores das oportunidades de internacionalização;
- Acompanhamento de todos os processos de mobilidade, em coordenação com as Unidades Orgânicas:
  - Estudantes IN/OUT
  - Docentes IN/OUT
  - Colaboradores IN/OUT
- Acompanhamento dos processos de Candidatura a Programas de Mobilidade e de Investigação e respetiva implementação e monitorização.

A **Missão** do SRI é a Internacionalizar com Excelência.

### **Programa de Aprendizagem ao Longo da Vida**

#### **ERASMUS**

#### **Mobilidade**

O Programa Erasmus tem como objetivo apoiar a criação de um Espaço Europeu de Ensino Superior e contribuir para o ensino superior e profissional avançando no processo de inovação a nível Europeu.

O Programa Erasmus, é um subprograma do Programa de Aprendizagem ao Longo da Vida, teve início no dia 01 de Janeiro de 2007 e termina a 31 de Dezembro de 2013. Durante este período o Programa Erasmus pretende:

⇒ Contribuir para o desenvolvimento de uma aprendizagem de qualidade ao longo da vida;

- ⇒ Reforçar a realização pessoal, a coesão social, a cidadania ativa e a cidadania europeia;
- ⇒ Promover a criatividade, a competitividade e a empregabilidade;
- ⇒ Aumentar a participação na aprendizagem ao longo da vida;
- ⇒ Promover a aprendizagem e a diversidade das línguas;
- ⇒ Explorar os resultados, os produtos e os processos inovadores

A SRI oferece ainda bolsas Erasmus adicionais para estudantes com dificuldades económicas e a portadores de deficiência.

### Universidades Parceiras Internacionais

Curso: Administração Pública	
País	Instituição
Espanha	Universidad Abat Oliba CEU
República Checa	University of Pardubice
Curso: Arquitectura	
País	Instituição
Alemanha	Fachhochschule Bochum
Alemanha	University of Kassel
Alemanha	Hochschule Anhalt
Alemanha	Gottfried Wilhelm Leibniz Universität Hannover
Bélgica	Institut Supérieur d'Architecture Saint-Luc de Bruxelles
Bélgica	Hogeschool Voor Wetenschap & Kunst
Eslováquia	Slovak University of Technology of Bratislava
Espanha	Universidad Del País Vasco
Espanha	Universidade Europea Miguel de Cervantes
Espanha	Universidad de A Coruña
França	École Nationale Sup. D'Archit. St. Etienne
Grecia	University of Thessaly
Holanda	Technische Universiteit Eindhoven
Itália	Politecnico Di Milano
Itália	Università Degli Studi di Firenze
Itália	Università Degli Studi di Genova
Itália	Università luav di Venezia
França	University of Sassari
Lituânia	Kaunas University of Technology

Polónia	Politechnika Krakowska
Polónia	Politechnika Gdanska
Reino Unido	Kent Institute of Art and Design
Roménia	University of Architecture and Urbanism Bucharest - "Ion Mincu"
Turquia	Gazi Üniversitesi
Turquia	Haliç University
<b>Curso: Artes</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Espanha	Universidade CEU - Cardenal Herrera
Letónia	Baltic International Academy
Filândia	Jyväskylän Ammattikorkeakoulu
Hungria	Moholy-Nagy University of Art and Design
<b>Curso: Biologia</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Espanha	Universidad de A Coruña
Espanha	Universidad de Murcia
Itália	Università Degli Studi di Padova
Turquia	Mus Alparslan University
Turquia	Erzincan University
<b>Curso: Engenharia Biotecnológica</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Itália	Università Degli studi "Magna Graecia" di Catanzaro
<b>Curso: Ciências da Educação</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Austria	Berufspädagogischen Akademie Wien
Austria	Pädagogische Hochschule Wien
Bélgica	Hogeschool West-Vlaanderen
Espanha	Universidad de Castilla-La Mancha
Espanha	Universidad de A Coruña
Espanha	Universidad de Sevilla
Espanha	Universidad de Huelva
França	Université de Strasbourg
Polónia	University of Lower Silesia
Polónia	Adam Mickiewicz University in Poznan
República Checa	Ostravska Universita
Turquia	Erzincan University
<b>Curso: Ciências Farmacêuticas</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Espanha	Universidad de Granada



Espanha	Universidad Europea Madrid
França	Université René Descartes - Paris 5
<b>Curso: Ciência Política</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Suécia	Halmstad University
Itália	Università Degli Studi di Genova
<b>Curso: Ciências Sociais</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Itália	Università Degli Studi Di Ferrara
Itália	Università Degli Studi di Genova
Letónia	Latvia University of Agriculture
Letónia	Baltijas Starptautiskā Akadēmija
Polónia	University of Wrocław
Reino Unido	University of East London
<b>Curso: Cinema, Vídeo e Comunicação Multimédia</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Alemanha	Hochschule Darmstadt, University of Applied Sciences
Espanha	Universidad de Vigo
Espanha	Escuela de Cine Y Video S.L.
Finlândia	Savonia Ammattikorkeakoulu
Holanda	Noordelijke Hogeschool Leeuwarden
Hungria	Színház és Filmművészeti Egyetem
Polónia	Uniwersytet Śląski Katowicach/University of Silesia
Reino Unido	University of Salford
<b>Curso: Comunicação</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Eslovénia	University of Ljubljana
Espanha	Universidad Complutense de Madrid
Espanha	Universidade Cardenal Herrera
Espanha	Universidad de Vigo
Espanha	Universidad Europea Miguel de Cervantes
Estónia	Tallin University
Finlândia	Jyväskylän Yliopisto
França	Université Louis Pasteur - Strasbourg I
França	Université Lumière Lyon 2
França	Université Pantheon-Assas (Paris II)
França	Université Nancy 2
Holanda	Noordelijke Hogeschool Leeuwarden
Polónia	University of Lower Silesia

República Checa	University of Pardubice
Suécia	Halmstad University
Suécia	Jönköping University
<b>Curso: Comunicação Aplicada</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
França	Universite Claude Bernard Lyon I
Itália	Università degli Studi di Parma
Espanha	Universidad de Vigo
Letónia	Baltijas Starptautiskā Akadēmija
<b>Curso: Comunicação e Jornalismo</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
França	Université Nanc 2
França	Université de Strasbourg
<b>Curso: Contabilidade e Auditoria</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Espanha	Universidad Huelva
Polónia	Pwislanski College in Kwidzyn
<b>Curso: Design</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Alemanha	Hochschule Darmstadt, University of Applied Sciences
Alemanha	Scwäbisch Gmund Hochschule
Bélgica	Hogeschool Voor Wetenschap & Kunst
Espanha	Universitat Internacional de Catalunya
Estónia	Eurouniversity Tallinn
Filândia	Swedish Polytechnic
Filândia	Jyväskylä Politecnhic
Finlândia	Yrkes högskolan Novia/NOVIA University of Applied Sciences
Holanda	Noordelijke Hogeschool Leeuwarden
Hungria	Moholy-Nagy University of Art and Design
Itália	Politecnico Di Milano
Itália	Università Degli studi di Genova
Itália	Università Degli Studi di Firenze
Letónia	Baltijas Starptautiskā Akadēmija
Turquia	Suleyman Demirel University
Turquia	Haliç University
<b>Curso: Direito</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Alemanha	University Augsburg
Espanha	Universidad de Sevilla

Espanha	Universidad Abat Oliba CEU
Espanha	Universidad de Vigo
França	Conservatoire National des Arts et des Metiers
França	Université Montpellier I
Itália	Università Europea di Roma
Letónia	Baltijas Starptautiskā Akadēmija
Polónia	Uniwersytet Wrocławski
Polónia	The Lazarski University of Commerce and Law
Roménia	Universitatea Roâno-Americana
Turquia	Ankara University
Turquia	Erzincan University
<b>Curso: Economia</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Alemanha	Bergische University Wuppertal
Estónia	Estonian Business School
França	Conservatoire National des Arts et des Metiers
Holanda	Universiteit Van Amsterdam
Hungria	University of Pécs
Itália	Università Di Bologna
Itália	Università degli Studi di Parma
Itália	Università degli Studi di Roma "La Sapienza"
Itália	Università Europea di Roma
Letónia	PSIHOLOGIJAS AUGSTSKOLA
Polónia	University of Warsaw
Polónia	Rzeszow University of Technology
Polónia	The Lazarski University of Commerce and Law
Polónia	Szkoła Główna Handlowa
<b>Curso: Educação Física e Desporto</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Espanha	Universidad Castilla-La Mancha
Espanha	Universidad Politecnica Madrid
Espanha	Universidad de Vigo
Espanha	Universidad de A Coruña
Suécia	Halmstad University
República Checa	Oravska Universita
Turquia	Haliç University
<b>Curso: Engenharia</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Suécia	Halmstad University

Turquia	Haliç University
<b>Curso: Engenharia, Tecnologia</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Austria	Berufspädagogischen Akademie Wien
Itália	Università Degli studi "Magna Graecia" di Catanzaro
Lituânia	Lithuania University of Agriculture
Polónia	Szkola Główna Sluzby (The Main School of Fire Service)
Suécia	Högskolan Halmstad
<b>Curso: Ciências de Engenharia - Engenharia do Ambiente</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
França	Conservatoire National des Arts et des Metiers
<b>Curso: Ciências de Engenharia - Engenharia Biotecnológica</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Itália	Università Degli studi "Magna Graecia" di Catanzaro
<b>Curso: Engenharia Civil</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Suécia	Högskolan Halmstad
<b>Curso: Enfermagem</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Turquia	Erzincan Üniversitesi
<b>Curso: Estudos Europeus</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Letónia	PSIHOLOGIJAS AUGSTSKOLA
Suécia	Halmstad University
<b>Curso: Geografia</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Croácia	University of Zagreb
Espanha	Universidad Castilla-La Mancha
França	Conservatoire National des Arts et des Metiers
<b>Curso: Gestão</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Alemanha	Fachhochschule Worms
Alemanha	Universität Mannheim
Eslováquia	University of Economics in Bratislava
Eslovénia	University of Maribor, Faculty of Economics and Business
Espanha	Universidad de Huelva
França	Université Nancy 2
França	Groupe Sup de Co Amiens Picardie
França	Association Leonard da Vinci
França	Universite Claude Bernard Lyon I

Grécia	Technologiko Ekpaideftiko Idryma (T.E.I.) Pirea
Holanda	Universiteit Van Amsterdam
Itália	Università degli Studi di Parma
Letónia	Baltijas Starptautiskā Akadēmija
Letónia	Information Systems Management Institute
Lituânia	Lithuania University of Agriculture
Polónia	Academy of Management
Polónia	The Lazarski University of Commerce and Law
Polónia	Akademia Obrony Narodowej (National Defence University)
Polónia	Uniwersytet Wroclawski
Polónia	University of Warsaw
Polónia	Pwislanski College in Kwidzyn
Polónia	Poznan Higher School of Trade and Commerce
Polónia	Wyzsza Szkola Handlu i Usług
Rep. Checa	University of Pardubice
Roménia	Úniversitatea Româno-Americană
<b>Curso: História</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Itália	Università Europea di Roma
Turquia	Erzincan University
<b>Curso: Informática</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Espanha	Universidad de A Coruña
Estónia	Tallinn University
França	Université Nancy 2
Holanda	Noordelijke Hogeschool Leeuwarden
Letónia	Information Systems Management Institute
Polónia	Pwislanski College in Kwidzyn
Polónia	Academy of Management
<b>Curso: Matemática</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Eslovénia	University of Ljubljana
Turquia	Erzincan University
<b>Curso: Psicologia</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Alemanha	Ernest-Moritz_Arndt-Universität Greifswald
Alemanha	Universität Greifswald
Dinamarca	University of Roskilde
Espanha	Universidad Autonoma de Madrid

Espanha	Universidad Comptense de Madrid
Espanha	Universitat de les Illes Balears
Espanha	Universidad de Murcia
Finlândia	University of Joensuu
Finlândia	ITÄ-SUOMEN YLIOPISTO - University of Eastern Finland
Itália	Università Degli Studi di Padova
Itália	Università Europea di Roma
Reino Unido	University of London - Royal Holloway
Letónia	PSIHOLOGIJAS AUGSTSKOLA
Polónia	University of Wroclawski
França	Université Louis Pasteur - Strasbourg I
República Checa	Ostravska Universita
França	Université Lumière Lyon 2
<b>Curso: Química</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Turquia	Erzincan Üniversitesi
<b>Curso: : Relações Internacionais</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Polónia	Academy of Management
Polónia	The Lazarski University of Commerce and Law
<b>Curso: Serviço Social</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Espanha	Universidad Comptense de Madrid
Holanda	Hogeschool Inholland
Letónia	PSIHOLOGIJAS AUGSTSKOLA
Roménia	Universitatea BABES-BOLYAI
<b>Curso: Sociologia</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Croácia	University of Zagreb
Turquia	Ankara University
Roménia	Universitatea BABES-BOLYAI
Espanha	Universidad de A Coruña
<b>Curso: Tradução e Escrita Criativa</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Alemanha	University of Saarlandes
Bulgária	Technical University of Sofia
Espanha	Universidad de Vigo
França	Université D'Artois
Itália	Università Degli Studi di Lecce

Itália	Università Degli Studi di Siena
Itália	Scuola Superiore per Mediatori Linguistici in Milan
Itália	Univeristá Del Salento
Itália	Universita'Degli Studi di Perugia
Letónia	Baltijas Starptautiskā Akadēmija
Reino Unido	University of East London
Turquia	Sakarya University
Turquia	Haliç University
<b>Curso: Turismo</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Alemanha	Hochschule Bremen
Espanha	Universidade Europea Miguel de Cervantes
Espanha	Universidade A Coruña
Finlândia	Savonia University of Applied Sciences
Grécia	Technologiko Ekpaideftiko Idryma (T.E.I.) Pirea
Espanha	Universidad de Castilla-La Mancha
Letónia	Rezekne Higher Education Institution
Espanha	Universidad Huelva
Roménia	Universitatea Romano-americana
Letónia	Information Systems Management Institute
Letónia	Baltic International Academy
Polónia	Marii Curie-Sklodowskiej
Roménia	Universitatea Romano-americana
Letónia	Information Systems Management Institute
Turquia	Adiyaman Universitesi
<b>Curso: Urbanismo e Ordenamento do Território</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Alemanha	Technische Universität Dresden
França	Conservatoire National des Arts et des Metiers
Turquia	Izmir Institute of Technology
Turquia	Karadeniz Teknik Universitesi
Itália	Università Iuav di Venezia
<b>Curso: Línguas Não-Europeias</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
Turquia	Sakarya University
<b>Curso: Línguas e Filologia</b>	
<b>País</b>	<b>Instituição</b>
França	Université D'Artois
Letónia	Baltijas Starptautiskā Akadēmija

### **Consórcios Erasmus**

A ULHT desenvolveu um consórcio com o objetivo de oferecer aos participantes um período mobilidade para realização de Estágio Profissional que lhes permita:

- ⇒ Consolidar conhecimentos, adquirir novas competências e tornar-se mais competitivos no acesso ao mercado de trabalho;
- ⇒ Aprender/desenvolver novas línguas, novas formas de comunicar, competências de relacionamento com outras culturas;
- ⇒ Reconhecer a Europa como um espaço comum a todos os europeus, onde a circulação de pessoas é urgente e necessária para o desenvolvimento e afirmação no Mundo da Europa e de cada um dos países que a constituem.

Os destinatários deste projeto são os estudantes, de todos os ciclos de estudo, inscritos numa das Instituições de Ensino Superior, pertencentes ao Grupo Lusófona (ULHT, ULP, ESEAG, ERISA, ISMAT, ISCAD, ISPO, ISDOM, INP, ISG).

### **Parcerias**

<b>Parceiros</b>	<b>País</b>
Hochschule Karlsruhe Technik und Wirtschaft	Alemanha
Coophimmelblau	Áustria
Sint-Lieven Hogeschool	Bélgica
Atlas Nova	Bulgária
Fundacion General Universidad Valladolid	Espanha
ONECO	Espanha
Fundación Universidad Empresa Region de Murcia	Espanha
Tus Ojos	Espanha
LEITAT Technological Center	Espanha
Universidad de Sevilla	Espanha
AS Maves	Estónia
United Societies of Balkans	Grécia
Technische Universiteit Eindhoven	Holanda
Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia	Itália
FUKSAS	Itália
Università degli Studi di Bologna	Itália
Rimorchiatori Riuniti	Itália
ISMA	Letónia
Kaunas Technical College	Lituânia
Rzeszow University of Technology	Polónia



Ressano Garcia Arquitectos	Portugal
INP	Portugal
ERISA	Portugal
Bluelink International	Rep. Checa
Universitatea Transilvania din Brasov	Roménia
Erzincan University	Turquia
Halic University	Turquia

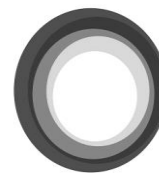
### **SACEE - Serviço de Apoio à Criação de Emprego e Estágios**

O SACEE faz parte da DRIE e promove a realização de estágios, tem como objetivo apoiar os alunos diplomados através das seguintes ações:

- Divulgação via e-mail e colocação nas Instituições do Grupo Lusófona e do Grupo Ensinus, de Ofertas de Emprego, Estágios, Voluntariado, Conferências, Bolsas de Investigação, entre outras;
- Formalização de Processo de Estágio;
- Informação sobre Websites de Recrutamento e Protocolos de Colaboração existentes - Empresas com Parcerias e Colaboração em Estágios;
- Aconselhamento e preparação para a inserção no mercado de trabalho e na elaboração de documentação (Cartas de Apresentação, Motivação, *Curriculum Vitae*, entre outros);
- Organização de ações que visam aproximar os alunos e diplomados ao mercado de trabalho: apresentações de empresas/instituições, recrutamento, entrevistas, JobShop (Evento de Emprego), Workshops, entre outras;
- Informação sobre Legislação Internacional, Comunitária e Nacional, relativa ao trabalho.

### **Portal Emprego:**

O Grupo Lusófona, criou o Portal Emprego em Maio de 2009, como forma de aproximar a universidade e os alunos e facilitar e ajudar os diplomados na procura de emprego e estágios. Através do seu registo de *login*, os alunos acedem à informação disponível no Portal Emprego, e ainda às ofertas inseridas pelas empresas registadas e responder *on-line*, possibilitando facilitar a relação Universidade-Empresas e Alunos-Empresas.



## **SERVIÇO DO PROJECTO EMPREENDEDOR**

<http://empreendedor.ulusofona.pt>

O Projeto Empreendedor nasceu em 2003, antes de se falar de empreendedorismo no Ensino Superior.

Este projeto tem como objetivo apoiar atuais ou antigos alunos na criação da sua própria empresa, passando da ideia ao ato.

O Projeto Empreendedor promove os seguintes serviços: linhas de atuação, consultoria e financiamento.

### **Linhas de Atuação:**

- ⇒ Identificação de Empreendedores;
- ⇒ Promoção de oportunidades;
- ⇒ Formação de empreendedores;
- ⇒ Apoio na criação de empresas;
- ⇒ Consultoria ao Desenvolvimento de Projetos;
- ⇒ Facilitação de Financiamento às Empresas.

### **Consultoria:**

Efetuada pelos docentes da Universidade, especialistas em várias áreas, tais como:

- ⇒ Estratégia Empresarial;
- ⇒ Estudos de Mercado, Marketing;
- ⇒ Recursos Humanos;
- ⇒ Sistemas da Informação;
- ⇒ Apoio Legal e Fiscal;
- ⇒ Logística, Produção;
- ⇒ Investimento e Financiamento.

### **Financiamento:**

O Projeto Empreendedor desenvolve contactos permanentes com várias Entidades Públicas e Privadas, Financeiras, Capital Risco e outras, com vista a angariar o financiamento para os Projetos Empresariais.

### 3.2. Atividades desenvolvidas durante o período de estágio

Estágio na DRIE/SRI, apoio administrativo

Tempo de estágio: 15 de Junho a 29 de Setembro, de segunda a sexta-feira das 10h às 13h30 e das 14h30 às 18h.

Estágio 3 meses e 2 semanas completas, com uma semana de férias por remodelações do departamento.

Orientadora de estágio Dr. Elisabete Lourenço (diretora do departamento)

Sub-orientadoras: Dr. Ana Basso (manager de alunos out) e Dr. Carmen Pereira (manager de alunos in)

Atividades desenvolvidas durante o período de estágio em semanas:

#### **1º Dia 15 de Junho**

Apresentação da orientadora Dr. Elisabete Lourenço e sub-orientadoras Dr. Ana Basso e Dr. Cármen Pereira e ainda de dois estagiários. Conhecer as instalações dos departamentos.

Conhecer o Grupo Lusófona e ULHT através dos sites da instituição e serviços existentes.

#### **1ª Semana de 18 a 22 de Junho**

Atendimento telefónico e passar as chamadas para os outros departamentos

Tratamento de correspondência, correio interno e externo

Atualização de base de dados: confirmação e introdução de novos dados

Arquivo de documentos

Fotocopias

Scanner

Carimbar documentos

Envio de cartas por e-mail

Retificação de textos

## **2ª Semana de 25 a 29 de Junho**

Atendimento telefonico

Retificação de textos

Pesquisa on-line de moradas da pousada da Juventude de Almada

Marcação de visitas guiadas para alunos erasmus: Museu da Cidade, Coleção Berardo, Museu dos Coches, Palácio de Belém e Mosteiro dos Gerónimos.

Fazer a caladenrização das visitas

## **3ª Semana de 2 a 6 de Julho**

Ajudar a Dr. Carmen na arquivação de documentos

Verificação de dados, correção, retificação e atualização de tabelas de base de dados dos alunos erasmus in

Conhecer os documentos ID Card, medical report e learning agreement

Correio interno e externo

Tirar fotocópias

Imprimir documentos

Mandar faxes

Fazer e colocar etiquetas nos dossies

Scanner

Carimbar documentos

Atualização de dados

Aprender a fazer o Transcrip of Records, documento com as notas dos alunos in

Mail merge ferramenta do word que permite preencher automaticamente documentos com os nomes dos alunos, universidade de origem, pais, entre outros, a partir de uma base de dados

## **4ª Semana de 9 a 13 de Julho**

Correio externo e externo

Fazer etiquetas para as cartas a enviar por correio

Cartas de declaração para o visto

Arquivar documentos

Atendimento telefonico

Fazer cartas de aceitação para os novos alunos in – Letter of Acceptance

Arquivo

Envio de faxes

Imprimir e fotocopiar as Letter of Acceptance

Fazer cartas para o envio das notas – Transcript of Records

Fazer cartas para envio o Institucional Agreement

Fotocopias

Arquivos

### **5ª Semana de 16 a 20 de Julho**

Atualização das notas dos alunos in

Arquivo

Correio externo e interno

Fotocopias

Scanner

Cartas para envio do Institucional Agreement

Criar base de dados Embaixadas em Portugal

Pesquisa das embaixadas e embaixadores

Atualização de dados alunos erasmus in

Mail murge

Transcrip of Records

Criar texto de divulgação de estágio eramus para a Letónia

Carimbar, scannar e fotocopiar cartas de aceitação

### **6ª Semana de 23 a 27 de Julho**

Arquivo

Imprimir

Fazer etiquetas para envio de cartas

Organizar as etiquetas das moradas das universidades parceiras já feitas

Correio interno e externo

Fotocopias

Scanner

Fazer cartas Lletter of acceptance

Transcript of Records

Faxes

Verificar e atualizar TR

### **7ª Semana de 30 a 3 de Agosto**

Fazer base de dados alunos erasmus out 12/13

Retificação e atualização da base de dados alunos erasmus out 11/12 ISMAT, LDV

Cartas para envio por correio

Retificação base de dados alunos ULHT 2012-11-15 A

Atualização de índices dos dossies, inserção de novos alunos

Atualização e retificação de base de dados dos parceiros

Criar cartão para os alunos do Summer Course 2012, criar um para cada aluno

Etiquetas para cartas a enviar

### **8ª Semana de 6 a 10 de Agosto**

TR – atualização de notas

Inserir novos dados à base de dados parceiros da ULHT

Cartas para envio de Learning Agreement para o Brasil e acordo de cooperação

Universidade Metodista de São Paulo

Introdução de novos dados na base de dados Parceiros ERISA

Arquivo dos documentos dos parceiros

Organizar dossies

Scanner e impressão de Learning agreements

Fax

Correio interno e externo

### **9ª Semana de 13 a 17 de Agosto**

Traduzir “boas vindas” em várias línguas para os alunos in do Curso Intensivo de Português 2012

Organizar a sala de receção para os alunos do Intensivo de Português, colar os cartazes de boas vindas em várias línguas, criar espaço para mensagens dos alunos, arrumar mesas e cadeiras

Carta de declaração de vaga em Moçambique

Carta para envio do Learning Agreement, Letter of Acceptance

Arquivo

Dia 14 de Agosto: visita ao museu da cidade com os alunos do Curso intensivo de Portugues

com o objetivo de tirar fotografias para o facebook da universidade, seleção de fotos e titulo.

Digitalizar notas e plano de equivalências, para mandar por e-mail aos professores para pedir as equivalencias de notas dos alunos out.

Verificação dos documentos em falta nos processos dos alunos in

Atualização base de dados parceiros protocolos

Organizar dossies parceiros protocolos

Fazer certificados do Curso Intensivo de Portugues

Carimbar e Imprimir os certificados do Curso Intensivo de Portugues

Arquivo das copias

Correio interno e externo

### **10ª Semana de 20 a 24 de Agosto**

Carimbo de cartas para envio de documentos

Fotocopia e scanner e arquivo das cartas

Correio interno e externo

Atualização de indices dos dossies dos parceiros

Fazer etiquetas de morada para envio de cartas

Criar Base de dados LDV – manifesto de interesse, com o nome, curso e contatos dos alunos portugueses que enviaram e-mail a pedir informações sobre os estágios erasmus

Ajudar a tirar os equipamento do departamento, para remodelação do departamento

### **11ª Semana de 27 a 31 de Agosto**

Ferias por remodelação do departamento

### **12ª Semana de 3 a 7 de Setembro**

Introdução de novos dados à base de dados LDV – manifesto de interesse

Transcript of Records

Carimbos

Fotocopias

Digitalizações

Aquivo dos TR

Faxes

Mandar e-mail aos professores a pedir as equivalencias dos alunos erasmus out

Correio interno e externo

Atualização da base de dados parceiros ULHT

Fazer etiquetas das moradas para as cartas a enviar

Cartas Letter of Acceptance

Verificar e atualizar TR

Almoço de despedida dos alunos do curso intensivo de portugues, tirar fotografias e

filmar a entrega de diplomas

Portuguese Language Course

### **13ª Semana de 10 a 14 de Setembro**

Carimbo

Fotocopias

Scanner

Arquivo

Correio interno e externo

Fax

Certificados de chegados, mail murge alunos in 12/13

Confirmation Letter alunos overseas

Mandar e-mails para alunos e faculdades com o documento Letter of arrival

Fazer cartas para envio de TR

Fazer indices e lomadas para novos dossies

Atualização base de dados dos contratos alunos erasmus 11/12

### **14ª Semana de 17 a 21 de Setembro**

Carimbo

Fotocopias

Scanner

Arquivo

Correio interno e externo

Fax

Criar base de dados alunos EILC - Portuguese Language Course nomes e nivel 1 ou 2 da lingua



Envio de email para alunos e universidades de origem da Letter of Arrivel

Criar Guia de informação importantes de varios paises para ser disponibilizada aos alunos

**15ª Semana de 24 a 28 de Setembro**

Continuação da Guia de informação importantes de vários países

Retificação e atualização de TR

Carimbo

Fotocopias

Scanner

Arquivo

Fazer cartas e etiquetas para envio de TR

Correio externo/ Fazer Surf Course Certificate

## **Conclusão**

A realização deste estágio foi bastante importante para a minha formação, tanto a nível profissional com pessoal. A tarefa de secretariado é abrangente a todas as áreas, é fundamental para as instituições/empresas, desta forma, é sempre uma mais valia, a realização deste estágio e obtenção de competências nesta área. Apesar de não ser na minha área de formação, foi uma excelente experiência na área de secretariado, e foi possível realizar algumas tarefas de marketing, como a criação de textos informativos e de divulgação de eventos e estágios erasmus.

Com este estágio, reforcei o sentido de responsabilidade, cumprimentos de horários, timing das tarefas, apoio as colegas de trabalho e trabalho de equipa, assim como competências de comunicação com as colegas e alunos portugueses e de erasmus.

Com a realização deste trabalho adquiri novos conhecimentos a nível do marketing em instituições de ensino superior e a sua importância crescente nesta área. Assim como o funcionamento interno da universidade e comunicação com os alunos nacionais e internacionais. Aprendi que o timing e organização do tempo é primordial e que a relação entre os colegas é igualmente importante para o bom funcionamento do serviço.

Estas questões contribuem à criação de uma boa imagem da instituição, quer em Portugal quer no estrangeiro

## BIBLIOGRAFIA

ALVES, Gonçalo Caetano, 2005, *Marketing de Serviços da Educação –Modelo de Percepção de Qualidade*, IPAM Edições

COBRA, Marcos. 2003 *Administração de marketing no Brasil*. 1ª Ed. São Paulo: Cobra Editora de Marketing

COBRA, Marcos; ZWARG, Flávio. 1986 *Marketing de Serviços – Conceitos e Estratégias*, São Paulo: McGraw-Hill

CRESPO, Vitor 1993 *Uma Universidade para os anos 2000 – O Ensino Superior numa perspectiva de futuro*, Editorial Inquérito

FARIA, Sergio Enrique. 2002 *A comunicação de marketing nas instituições de ensino superior*. (dissertação de mestrado). São Paulo: UMESP

KOTLER, Philip. 1998 *Administração de Marketing: Analise, Planejamento, Implementação e Controle*, 5.ed. SP:Atlas

KOTLER, Philip. e ARMSTRONG, Gary. 1998 *Princípios de Marketing*. Rio de Janeiro: Prentice Hall

KOTLER, Philip. e ARMSTRONG, Gary. 1998 *Princípios de Marketing*. 7ª edição Rio de Janeiro: Prentice Hall

KOTLER, Philip; FOX, Karen F. A.1994 *Marketing estratégico para instituições educacionais*. São Paulo: Atlas

KOTLER, Philip & KELLER, Kevin.2000 *Administração de Marketing*. São Paulo, Prentice Hall

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. 2006 *Administração de marketing*. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall

KOTLER, Philip. 2003 *Princípios de marketing*. 9. ed Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil

KOTLER, Philip. 2000 *Administração de Marketing*. São Paulo: ed. Prentice Hall

KOTLER, Philip.1998 *Administração de Marketing: Analise, Planejamento, Implementação e Controle*, 5.ed. SP:Atlas,

MARTINS, Gilberto A.1986.*As atividades de marketing nas instituições de ensino superior* (um estudo na região da grande São Paulo).São Paulo: USP

VIGNERON, Jacques. 1994*A satisfação dos clientes: uma ferramenta para a administração da qualidade total*. Revista Universidade - a busca da qualidade. nº 5. set/out de 94. USC. União Social Camiliana. São Paulo

## WEBGRAFIA

<http://www.ulusofona.pt/missao-e-objetivos.html> (Maio 2013)

<http://www.dgeec.mec.pt/> (Junho 2013)

<http://www.pordata.pt/Portugal/Alunos+matriculados+no+ensino+superior+total+e+por+sexo-1048> (junho 2013)

<http://www.publico.pt/sociedade/noticia/portugal-sobe-uma-posicao-no-ranking-mundial-do-ensino-superior-1594596> (junho 2013)

<http://expresso.sapo.pt/portugal-tem-numero-recorde-de-universidades=f731715> (junho 2013)

<http://universidades.universia.pt/universidades-pais/historia-universidades/> (junho 2013)

<http://www.tvciencia.pt/tvcnot/pagnot/tvcnot03.asp?codpub=32&codnot=12> (junho 2013)

<http://www.pordata.pt/Portugal/Alunos+matriculados+no+ensino+superior+total+e+por+sexo-1048> (junho 2013)

<http://expresso.sapo.pt/portugal-tem-numero-recorde-de-universidades=f731715> (maio 2013)

# **Anexos**

## AS INSTITUIÇÕES, LOGOS E CONTATOS:

### ENSINO SUPERIOR EM PORTUGAL

([HTTP://WWW.GRUPOLUSOFONA.PT/INSTITUCIONAL/QUEM-SOMOS](http://www.grupolusofona.pt/institucional/quem-somos))



ULHT - UNIVERSIDADE LUSÓFONA DE HUMANIDADES E TECNOLOGIAS

Campo Grande, 376  
1749-024 Lisboa  
Tel.: 217 515 500  
Fax.: 217 577 006  
[informacoes@ulusofona.pt](mailto:informacoes@ulusofona.pt)

[www.ulusofona.pt](http://www.ulusofona.pt)



ULP - UNIVERSIDADE LUSÓFONA DO PORTO

Rua Augusto Rosa, nº 24  
4000-098 Porto  
Tel.: 22 2073230  
Fax.: 22 2026939  
[informacoes@ulp.pt](mailto:informacoes@ulp.pt)

[www.ulp.pt](http://www.ulp.pt)



ERISA - ESCOLA SUPERIOR DE SAÚDE UNIVERSIDADE LUSÓFONA

Rua Fernando Palha, 69  
1900 - 693 Lisboa  
Tel: 21 862 1060/62/63..69  
Fax: 21 862 1061  
[informacoes@erisa.pt](mailto:informacoes@erisa.pt)

[www.erisa.pt](http://www.erisa.pt)



ISG - ESCOLA DE GESTÃO

Rua Vitorino Nemésio, 5  
1750 - 306 Lisboa  
Tel.: 21 751 37 00  
Fax.: 21 757 39 66  
[informacoes@isg.pt](mailto:informacoes@isg.pt)

[www.isg.pt](http://www.isg.pt)



ISCAD - INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO

Rua de S. Paulo, nº 89  
1200-427 Lisboa  
Tel.: 213 261 440  
Fax.: 213 261 447  
[informacoes@iscad.pt](mailto:informacoes@iscad.pt)

[www.iscad.pt](http://www.iscad.pt)



ESEAG - ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO ALMEIDA GARRETT

Largo do Sequeira, n.º 7  
1100 - 587 Lisboa  
Tel: 21 886 2042  
Fax: 21 887 2725  
[informacoes@eseag.pt](mailto:informacoes@eseag.pt)

[www.eseag.pt](http://www.eseag.pt)



ISMAT - INSTITUTO SUPERIOR MANUEL TEIXEIRA GOMES

Av. Miguel Bombarda, nº15  
8500 - 508 Portimão  
Tel: 28 245 0430  
Fax: 28 245 0439  
[informacoes@ismat.pt](mailto:informacoes@ismat.pt)

[www.ismat.pt](http://www.ismat.pt)



ISPO - INSTITUTO SUPERIOR POLITÉCNICO DO OESTE

Praceta Prof. José Carvalho Mesquita, Lt.19-2º - Urbanização da Conquinha  
2560 Torres Vedras  
Tel: 261 316 104/06  
Fax: 261 314 084  
[informacoes@ispo.pt](mailto:informacoes@ispo.pt); [www.ispo.pt](http://www.ispo.pt)



ISDOM - INSTITUTO SUPERIOR DOM DINIS

Av. 1 de Maio, nº 164  
2430 - 211 Marinha Grande  
Tel: 24 450 3800  
Fax: 24 450 3840  
[informacoes@isdом.pt](mailto:informacoes@isdом.pt)

[www.isdom.pt](http://www.isdom.pt)



INP - INSTITUTO SUPERIOR DE NOVAS  
PROFISSÕES

*Rua Vitorino Nemésio, 5*  
*1750 - 306 Lisboa*  
*Tel.: 217 508 010*  
*Fax.: 217 508 020*  
[informacoes@inp.pt](mailto:informacoes@inp.pt)  
[www.inp.pt](http://www.inp.pt)



ISLA - GAIA | INSTITUTO SUPERIOR DE  
LÍNGUAS E ADMINISTRAÇÃO

*Rua Cabo Borges, 55*  
*Vila Nova de Gaia - Portugal - 4430-646*  
*Tel.: 223 772 980*  
*Fax.: 223 772 985*  
[www.gaia.unisla.pt](http://www.gaia.unisla.pt)



ISLA - LEIRIA | INSTITUTO SUPERIOR DE  
LÍNGUAS E ADMINISTRAÇÃO

*Rua da Cooperativa - S. Romão*  
*Leiria - Portugal - 2414-017 L*  
*Tel.: 244 820 650*  
*Fax.: 244 813 021*  
[www.leiria.unisla.pt](http://www.leiria.unisla.pt)



ISLA - SANTARÉM | INSTITUTO SUPERIOR  
DE LÍNGUAS E ADMINISTRAÇÃO

*Largo Cândido dos Reis*  
*(Edifício do antigo Hospital)*  
*Santarém - Portugal - 2000-241*  
*Tel.: 243 305 880*  
*Fax.: 243 114 025*  
[www.santarem.unisla.pt](http://www.santarem.unisla.pt)

## ENSINO NÃO SUPERIOR EM PORTUGAL



CA - COLÉGIO DE ALFRAGIDE

*Rua Ribeiro de Vasconcelos, Alfragide*  
*2720-506 Amadora*  
*Tel.: 214 715 795*  
*Fax.: 214 714 961*  
[ext-alfragide@mail.telepac.pt](mailto:ext-alfragide@mail.telepac.pt)  
[colegioalfragide.grupulusofona.pt](http://colegioalfragide.grupulusofona.pt)



EAC - EXTERNATO ÁLVARES CABRAL

*Estrada Benfica 628*  
*1500-108 Lisboa*  
*Tel.: 217 609 287/88 - 218 168 095/96*  
*Fax.: 217 606 975*  
[externatoalvarescabral@sapo.pt](mailto:externatoalvarescabral@sapo.pt)  
[www.externatoalvarescabral.pt](http://www.externatoalvarescabral.pt)



ECL - ESCOLA DE COMÉRCIO DE LISBOA

*Rua Vice-Almirante Augusto Castro Guedes, 51*  
*1800-341 Lisboa*  
*Tel.: 218 540 240*  
*Fax.: 218 534 843*  
[geral@escolacomerciolisboa.pt](mailto:geral@escolacomerciolisboa.pt)  
[www.escolacomerciolisboa.pt](http://www.escolacomerciolisboa.pt)



ECP - ESCOLA DE COMÉRCIO DO PORTO

*Rua do Rosário, 174-176*

*1800-341 Porto*

*Tel.: 222 071 530*

*Fax.: 222 087 293*

[luisapinto.ecp@mail.telepac.pt](mailto:luisapinto.ecp@mail.telepac.pt)

[www.ecpescolacomercioporto.pt](http://www.ecpescolacomercioporto.pt)



EMP - EXTERNATO MARQUÊS DE POMBAL

*Rua Morais Soares, 93*

*1900-342 Lisboa*

*Tel.: 218 168 080/81/2*

*Fax.: 217 606 975*

[ext.maquespombal@mail.telepac.pt](mailto:ext.maquespombal@mail.telepac.pt)

[www.externatomarquespombal.pt](http://www.externatomarquespombal.pt)



EPAD - ESCOLA PROFISSIONAL DE ARTES, TECNOLOGIAS E DESPORTO

*Largo do Leão, nº 9*

*1000-188 Lisboa*

*Tel.: 218 414 050*

*Fax.: 218 414 059*

[informacoes@epad.pt](mailto:informacoes@epad.pt)

[www.epad.pt](http://www.epad.pt)



EPET - ESCOLA PROFISSIONAL DE ELECTRÓNICA E TELECOMUNICAÇÕES

*Estrada de Benfica, 628*

*(junto à Igreja de Benfica)*

*Tel.: 213 110 991/92*

[informacoes@epet.pt](mailto:informacoes@epet.pt)

[www.epet.pt](http://www.epet.pt)



INAE - INSTITUTO DE APRENDIZAGEM E ENSINO

*Estrada de Benfica, 628*

*1500 – 108 Lisboa*

*Tel.: 21 764 76 06*

[inaegeral@gmail.com](mailto:inaegeral@gmail.com)

[www.inae.pt](http://www.inae.pt)



INETE - INSTITUTO DE EDUCAÇÃO TÉCNICA

*Travessa da Escola Araújo nº15*

*1150-141 Lisboa*

*Tel.: 213 110 991/92*

[rumo@inete.pt](mailto:rumo@inete.pt)

[www.inete.pt](http://www.inete.pt)



RCP - REAL COLÉGIO DE PORTUGAL

*Rua Direita ao Paço do Lumiar, nº 9*

*1600-455 Lisboa*

*Tel.: 217 571 957*

*Fax.: 217 571 957*

[informacoes@realcolegio.pt](mailto:informacoes@realcolegio.pt)

[www.realcolegio.pt](http://www.realcolegio.pt)



## ENSINO INTERNACIONAL - ÁFRICA



ISUPE - INSTITUTO SUPERIOR  
POLITÉCNICO DE HUMANIDADES E  
TECNOLOGIAS

*Antigo Colégio Espírito Santo  
Bairro de Fátima  
Huambo*

[isupe.ekuikui2@gmail.com](mailto:isupe.ekuikui2@gmail.com)

[isupe.grupolusofona.pt](http://isupe.grupolusofona.pt)



ULCV - UNIVERSIDADE LUSÓFONA DE CABO VERDE  
CABO VERDE

*Chã de Cricket, Ex-Zona Militar  
Mindelo, Cabo Verde  
Tel.: 00238 2315015*

[infoulcv@ulusofona.pt](mailto:infoulcv@ulusofona.pt)

[www.ulusofona.edu.cv](http://www.ulusofona.edu.cv)



IEG - INSTITUTO DE EDUCAÇÃO EM GESTÃO  
MAPUTO

*Av. Mao Tse Tung nº 1137 a 1159  
Telef.: 823014919 / 846596272 / 21430466*

[ieg.sdg@gmail.com](mailto:ieg.sdg@gmail.com)

[www.ieg.co.mz](http://www.ieg.co.mz)



AP - UNIVERSIDADE POLITÉCNICA A  
POLITÉCNICA MOÇAMBIQUE

*Av. Paulo Samuel Kankhomba  
1170 - Maputo  
Tel.: +258 21 352750  
Fax.: +258 21 352701  
[de@apolitecnica.ac.mz](mailto:de@apolitecnica.ac.mz)*

[www.apolitecnica.ac.mz](http://www.apolitecnica.ac.mz)



ULG - UNIVERSIDADE LUSÓFONA DA GUINÉ

*Brevemente*

## ENSINO INTERNACIONAL - BRASIL



FAP - FACULDADE PARAÍSO

*Rua Visconde de Itaúna  
2671 - Paraíso - São Gonçalo - RJ  
Tel.: (21) 2604-5666  
[informacoes@faculdadeparaíso.edu.br](mailto:informacoes@faculdadeparaíso.edu.br)*

[www.faculdadeparaíso.edu.br](http://www.faculdadeparaíso.edu.br)



FMS - FACULDADE MÁRIO SCHENBERG

*Estrada Municipal do Espigão, 1413  
Km 21 Raposo Tavares - Granja Viana - Cotia - São  
Paulo  
Tel.: 4613-6200  
[informacoes@fms.edu.br](mailto:informacoes@fms.edu.br)*

[www.fms.edu.br](http://www.fms.edu.br)



FCGB - FACULDADE DE CIÊNCIAS  
GERENCIAIS DA BAHIA

*Rua das Hortênsias, Nº 696 - Praça Ana Lúcia  
Magalhães - Itaipara  
CEP 41810-010, Salvador-BA.  
Tel.: (71) 3351-1791 (das 09h00 às 21h00)  
[informacoes@unicenid.edu.br](mailto:informacoes@unicenid.edu.br)*

[www.fcgb.edu.br](http://www.fcgb.edu.br)



COLÉGIO PARAÍSO BRASIL

*Rua Visconde de Itaúna*  
2671 - Paraíso - São Gonçalo - RJ  
Tel.: (21) 2604-5666  
[informacoes@colegioparaíso.com.br](mailto:informacoes@colegioparaíso.com.br)  
[www.colegioparaíso.com.br](http://www.colegioparaíso.com.br)



CMS - COLÉGIO MÁRIO SCHENBERG BRASIL

*Estrada Municipal do Espigão, 1413*  
Km 21 Raposo Tavares  
Granja Viana - Cotia - São Paulo  
Tel.: 4613-6200  
[informacoes@marioschenberg.com.br](mailto:informacoes@marioschenberg.com.br)  
[marioschenberg.com.br](http://marioschenberg.com.br)

## Documentos feitos e preenchidos



# Surf Course

## Certificate

We certify that «Nomes» «Apelido», Erasmus Student from the «Universidade», «País», attended the Surf Course (Level I) from the September 13<sup>th</sup> 2010 to the November 8<sup>th</sup> 2010. This course had a total of 30 hours (1 ECTS credits) and was organized by *Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias* in Lisbon, Portugal.

The student successfully completed this course with a final grade of «F15» (0 – 20 point scale).

Lisbon, 8<sup>th</sup> August 2012

---

Dra. Teresa do Rosário Damásio

Director

International, Career & Entrepreneurship Office

## Exemplo de cartas feitas para envio de documentos

Ms. Gabriella Di Peppe – Lorella Marino  
International Relations Office  
University Campos, Via dei Vestini  
66013 Chieti Scalo, Italy

Ref.<sup>a</sup> 501/2012/DRIE/TD/ar

Date/Data: 13-07-2012

Dear Partner/Exmo(a). Senhor(a)

Please find herewith the following documents / Segue em anexo o documento:

- ☒ Inter-Institucional Agreement / Acordo Inter-Intitucional
- ☐ Learning Agreement / Acordo de Estudos
- ☐ Application Form / Formulário
- ☐ Arrival Certificate / Certificado de Chegada
- ☐ Departure Certificate / Certificado de Saída
- ☐ Transcript of Records
- ☐ Minimum Requirements for teaching Programme / Requisitos mínimos para Missão de Ensino
- ☐ Others documents / Outros documentos

Please find enclosed the / Segue em anexo o documento:

- ☐ Teacher / Professor(a) \_\_\_\_\_
- ☐ Student / Estudante \_\_\_\_\_
- ☐ Staff / Colaborador \_\_\_\_\_

Sincerely yours / Os melhores cumprimentos,

\_\_\_\_\_

Av. do Campo Grande, 376  
1749-024 Lisboa - Portugal  
Telefone. 21 751 55 00  
Fax. 21 757 70 06  
email: informacoes@ulusofona.pt  
www.ulusofona.pt

Exemplo de etiquetas

Universitat de Barcelona

Mr. Marc Alonso

Oficina de relacions Internacionals

Facultat d'Economia i Empresa

Avinguda Diagonal 696 E-08034

Barcelona - Spain

Exemplo de índice dossiê

#### **VIII-1.4. BA IV (Grécia-Itália)**

##### **Grécia**

1. University of Thessaly (ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ) - G VOLOS 01
2. Technologhiko Ekpaideftiko Idryma (T.E.I.) Pireia - G EGALEO 01
3. University of Patros - G PATRA01

##### **Holanda**

1. Hogeschool Inholland - NL S-GRAVE37
2. Technische Universiteit Eindhoven - NL EINDHOV17
3. Noordelijke Hogeschool Leeuwarden - NL LEEUWAR 01
4. Universiteit van Amesterdam - NL AMSTERD01
5. Delft University of Technology

##### **Hungria**

1. Színház és Filmművészeti Egyetem - HU BUDAPES 37
2. University of Pécs - HU PECS01
3. Moholy - Nagy University of Art and Design - HU BUDAPES27
4. King Sigismund College - HU BUDAPES44

##### **Itália**

1. Technical University of Sofia - BG SOFIA 16
2. Scuola Superiore per Mediatori Linguistici in Milan - I MILANO 14
3. Università Degli Studi di Firenze - I FIRENZE01
4. Università Degli Studi di Genova - I GENOVA01
5. Università Degli Studi di Padova "II Bo" - I PADOVA01
6. Università degli Studi di Parma - I PARMA 01
7. Università degli Studi di Roma "La Sapienza" - I ROMA01
8. Università Degli Studi di Siena - I SIENA01
9. Università Degli studi "Magna Graecia" di Catanzaro - I CATANZA02
10. Università del Salento - I LECCE01
11. Università di Bologna - I BOLOGNA01
12. Università Europea di Roma - I ROMA23
13. Università luav di Venezia - I VENEZIA02
14. Università Degli Studi di Perugia - I PERUGIA 01
15. Università Degli Studi di Ferrara - I FERRARA01

- 16. Politecnico di Torino –
- 17. University of Sassari - I SASSARI01
- 18. Università Degli Studi di Insubria - I VARESE02
- 19. Università Degli Studi di Udine - I UDINE01

## Texto geral para alunos

Texto geral

Caro aluno(a),

A DRIE - Direção de Relações Internacionais, Estágios, Emprego e Empreendedorismo do Grupo Lusófona, vem por este meio pedir a tua colaboração com a ULHT e para com os teus colegas. Agradecemos que nos contes as tuas experiências, aventuras, peripécias, amizades feitas durante o teu estágio e que nos envies fotos da estadia. Esta informação será divulgada no site da ULHT, na newsletter e no facebook, para que os teus colegas possam ter conhecimento dos estágios e fiquem com uma ideia das experiências vividas que podem também ser deles.

Alguma informação que deverás/poderás disponibilizar:

- modalidade do estágio;
- país de destino e razão da escolha;
- instituição e curso;
- funcionamento das aulas e faculdade de destino;
- duração do estágio;
- como foi recebido;
- pessoas que conheces-te;
- experiência adquirida de vivida;
- aspetos positivos e negativos;
- dificuldades sentidas;
- fotografias;
- informação que consideres pertinente.

Agradecemos o teu contributo

Contamos contigo!

Saudações académicas

Texto específico para cada modalidade

Caro aluno(a),

A DRIE - Direção de Relações Internacionais, Estágios, Emprego e Empreendedorismo do Lusófona, vem por este meio pedir a tua colaboração com a ULHT e para com os teus colegas. Agradecemos que nos contes as tuas experiências, aventuras, peripécias, amizades feitas durante o teu estágio Erasmus e que nos envies fotos da estadia. Esta informação será divulgada no site da ULHT, na newsletter e no facebook, para que os teus colegas possam ter conhecimento dos estágios e fiquem com uma ideia das experiências vividas que podem também ser deles.

Alguma informação que deverás/poderás disponibilizar:

- país de destino e razão da escolha;
- instituição e curso;
- funcionamento das aulas e faculdade de destino;
- duração do estágio;
- como foi recebido;
- pessoas que conheces-te;
- experiencia adquirida de vivida;
- aspetos positivos e negativos;
- dificuldades sentidas;
- fotografias;
- informação que consideres pertinente.

Agradecemos o teu contributo

Contamos contigo!

Saudações académicas

Caro aluno(a),

A DRIE - Direção de Relações Internacionais, Estágios, Emprego e Empreendedorismo do Grupo Lusófona, vem por este meio pedir a tua colaboração com a ULHT e para com os teus colegas. Agradecemos que nos contes as tuas experiências, aventuras, peripécias, amizades feitas durante o teu estágio Leonardo da Vinci e que nos envies fotos da estadia. Esta informação será divulgada no site da ULHT, na newsletter e no facebook, para que os teus

colegas possam ter conhecimento dos estágios e fiquem com uma ideia das experiencias vividas que podem também ser deles.

Alguma informação que deverás/poderás disponibilizar:

- pais de destino e razão da escolha;
- instituição e curso;
- funcionamento das aulas e faculdade de destino;
- duração do estágio;
- comos foi recebido;
- pessoas que conheces-te;
- experiencia adquirida de vivida;
- aspetos positivos e negativos;
- dificuldades sentidas;
- fotografias;
- informação que consideres pertinente.

Agradecemos o teu contributo

Contamos contigo!

Saudações académicas

Caro aluno(a),

A DRIE - Direção de Relações Internacionais, Estágios, Emprego e Empreendedorismo do Grupo Lusófona, vem por este meio pedir a tua colaboração com a ULHT e para com os teus colegas. Agradecemos que nos contes as tuas experiencias, aventuras, peripécias, amizades feitas durante o teu estágio Overseas e que nos envies fotos da estadia. Esta informação será divulgada no site da ULHT, na newsletter e no facebook, para que os teus colegas possam ter conhecimento dos estágios e fiquem com uma ideia das experiencias vividas que podem também ser deles.

Alguma informação que deverás/poderás disponibilizar:

- pais de destino e razão da escolha;
- instituição e curso;
- funcionamento das aulas e faculdade de destino;
- duração do estágio;



- comos foi recebido;
- pessoas que conheces-te;
- experiencia adquirida de vivida;
- fotografias;
- informação que consideres pertinente.

Agradecemos o teu contributo

Contamos contigo!

Saudações académicas



UNIVERSIDADE LUSÓFONA  
de Humanidades e Tecnologias  
*Humani nihil alienum*

Serve o presente para enviar a informação da seguinte oferta:

#### Estágio Erasmus Letónia

Informamos os aluno(a)s interessados que disponibilizamos estágios erasmus para um atelier de arquitetura na Letónia.

O horário de trabalho será de segunda a sexta das 9.00 às 18.00. sendo que na sexta-feira de cada semana os estagiários terão alguma flexibilidade para o inicio da atividade laboral (nunca mais tarde que as 14.00).

No final do estágio, caso o estagiário mostre capacidade e motivação para continuar a trabalhar na Letónia no nosso atelier, então será convidado para uma entrevista com vista à discussão da duração de contrato e de valores a receber.

Os alunos deverão enviar o CV e portefólio para o email: [andre@rem.lv](mailto:andre@rem.lv)

O processo de seleção ocorrerá durante os meses **Julho e Agosto**. Em caso dos alunos não terem o material requerido mas mostrarem interesse no estágio, então deverão comunicar para este email com vista a tentar organizar um prazo para a entrega dos mesmos.

A confirmação final da participação do estagiário no nosso atelier será confirmada através do envio de um comprovativo de compra dos bilhetes de avião ou de outra forma de transporte para a Letónia.

Para os estagiários interessados nos tentaremos organizar a acomodação inicial. Ficando à responsabilidade de cada um a acomodação para o resto do estágio. Tendo em conta que nós tentaremos sempre ajudar no que podermos. Este website: <http://www.ss.lv/en/real-estate/flats/riga/centre/> oferece as melhores oportunidades para o aluguer de casa.

Nota: Neste momento não dispomos de verba para pagar aos estagiários. Contudo no caso de os estagiários participarem em alguma competição de arquitetura pelo atelier e conquistarem um dos prémios monetários, então terão direito a uma compensação determinada pela administração.

#### Requisitos:

-CV - em Inglês;

-Carta de motivação - em Inglês;

-Portfolio - com os projetos de todos os anos. Mínimo de 1 página A3 para cada projeto;

-Laptop - com poder suficiente para correr os programas associados a arquitetura.

Nos damos prioridade aos alunos que venham em grupos de 2 ou mais para que a adaptação ao país seja a mais fácil possível.

Por favor envie os documentos para a seguinte morada: 9, Raina street, Daugavpils, LV-5401, Latvia  
Saudações Académicas DRIE

Textos/cartas para os alunos

#### **Estágios Erasmus**

O DRIE - Direção de Relações Internacionais, Estágios, Emprego e Empreendedorismo do Grupo Universidade Lusófona, tem o prazer de informar que tua Universidade dispõe de estágios Erasmus

#### **Duração de 3 a 12 meses:**

Realização de um estágio curricular;

Realização de um estágio profissionalizante.

Quem pode participar:

Todos os estudantes nacionais e europeus, que preencham os requisitos determinados pela Agência Nacional PROALV, que tenham a sua situação financeira regularizada e que cumpram os requisitos estabelecidos por cada Direção de Faculdade, Escola ou Curso.

Requisitos:

Requisitos adicionais: Domínio da língua inglesa ou de destino (escrita e falada).

Passo 1 ⇒ Contactar a DRIE/SRI.

## Passo 2

- Documentos a entregar pelo estudante:
- Ficha de Candidatura;
- Cópia do Bilhete de Identidade;
- Cópia do Cartão de Contribuinte;
- Curriculum Vitae (Inglês)
- Fotocópia Declaração de IRS do Agregado Familiar (relativa ao ano 2007);
- Comprovativo de Liquidação de IRS;
- Fotocópia Declaração de IRC do Agregado Familiar (relativa ao ano 2007);
- Carta de Motivação (Inglês);
- Duas Fotografias tipo passe;
- Comprovativo de NIB;
- Comprovativo de Conta Bancária (Nome do Titular e Morada do Banco)
- Atenção, o Estudante deve:
- Deve escolher pelo menos 3 possibilidades de destino;
- Todos os campos deverão ser preenchidos;

Nota: Toda a documentação solicitada deverá ser entregue no momento da candidatura (a não entrega de toda a documentação deixa a candidatura “suspensa”).

### **Estágios Leonardo Da Vinci**

O DRIE - Direção de Relações Internacionais, Estágios, Emprego e Empreendedorismo do Grupo Universidade Lusófona, tem o prazer de informar que tua Universidade dispõe de Bolsas para estágios Leonardo Da Vinci

### **Destinatários/Participantes**

O Grupo de Participantes deste projeto é: Diplomados pela ULHT nos últimos quatro anos, que ainda se encontrem à procura de emprego ou, que tendo um, pretendam alargar os seus conhecimentos e formação através da realização de um período de formação noutro país europeu.

### **Condições de Base para Realização de uma Candidatura**

Para se candidatar deverá ter:

- ⇒ 1º ciclo concluído ou a concluir até 31 de Agosto;
- ⇒ Ter domínio da língua inglesa ou da língua do país de acolhimento;
- ⇒ Forte motivação e gosto para vencer num país da União Europeia;
- ⇒ Média de final de curso não inferior a 14 valores.

Não há limite de idades para a efetuar a candidatura.

### **Estágios Overseas**

O DRIE - Direção de Relações Internacionais, Estágios, Emprego e Empreendedorismo do Grupo Universidade Lusófona, tem o prazer de informar que tua Universidade dispõe de estágios Overseas.

### **Destinatários/Participantes**

O Grupo de Participantes deste projeto são: Diplomados pela ULHT nos últimos quatro anos, que ainda se encontrem à procura de emprego ou, que tendo um, pretendam alargar os seus conhecimentos e formação através da realização de um período de formação noutro país europeu.

### **Condições de Base para Realização de uma Candidatura**

Para se candidatar deverá ter:

- ⇒ 1º ciclo concluído ou a concluir até 31 de Agosto;
- ⇒ Ter domínio da língua inglesa ou da língua do país de acolhimento;
- ⇒ Forte motivação e gosto para viver num país da União Europeia.

Não há limite de idades para a efetuar a candidatura.

### **CrITÉRIOS de Seleção dos Participantes**

Foram utilizados os seguintes critérios para o recrutamento e seleção dos Participantes:

CrITÉRIOS Gerais:

- ⇒ Domínio da Língua Inglesa e/ou da Língua do país de acolhimento;
- ⇒ Média geral das cadeiras concluídas.

CrITÉRIOS Específicos:

- ⇒ Atividades desenvolvidas no âmbito da Faculdade (secretariado dos acontecimentos científicos, colaboração em órgãos da Faculdade ou Centros de Estudo) e/ou do associativismo estudantil (núcleo de estudantes; associação de estudantes);
- ⇒ Atividades extracurriculares;
- ⇒ Entrevista de seleção – avaliação de critérios de ordem social (capacidade de iniciativa, motivação entre outros);
- ⇒ Apresentação de um pré-projecto de estágio;
- ⇒ Realização de um exercício escrito em língua inglesa.

### **LINKS ÚTEIS**

Agência Nacional PROALV – [www.proalv.pt](http://www.proalv.pt)

Comissão Europeia -- <http://ec.europa.eu>

Comunidade Europeia de Estudantes -- <http://www.philox.eu/>

**Teresa do Rosário Damásio**

**Directora**

**Direcção de Relações Internacionais, Estágios, Emprego e Empreendedorismo**

**Tel - +351217515565 Fax - +351217515534**

**[trdamasio@ulusofona.pt](mailto:trdamasio@ulusofona.pt)**

**Elisabete Lourenço**

**Subdirectora**

**Direcção de Relações Internacionais, Estágios, Emprego e Empreendedorismo**

**Coordenadora Serviço de Relações Internacionais**

**Tel: 217 515 500 - ext. 2151 Fax: 217 515 534**

**[elisabete.lourenco@ulusofona.pt](mailto:elisabete.lourenco@ulusofona.pt)**

**Ana Basso**

**Manager**

**Serviço de Relações Internacionais**

**Tel: 217 515 500 - ext. 2163 Fax: 217 515 534**

**[ana.basso@ulusofona.pt](mailto:ana.basso@ulusofona.pt)**

**Carmen Pereira**

**Manager**

**Serviço de Relações Internacionais**

**Tel: +351 217 515 500 - ext. 2317 Fax: +351 217 515 534**

**[Carmen.pereira@ulusofona.pt](mailto:Carmen.pereira@ulusofona.pt)**

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.